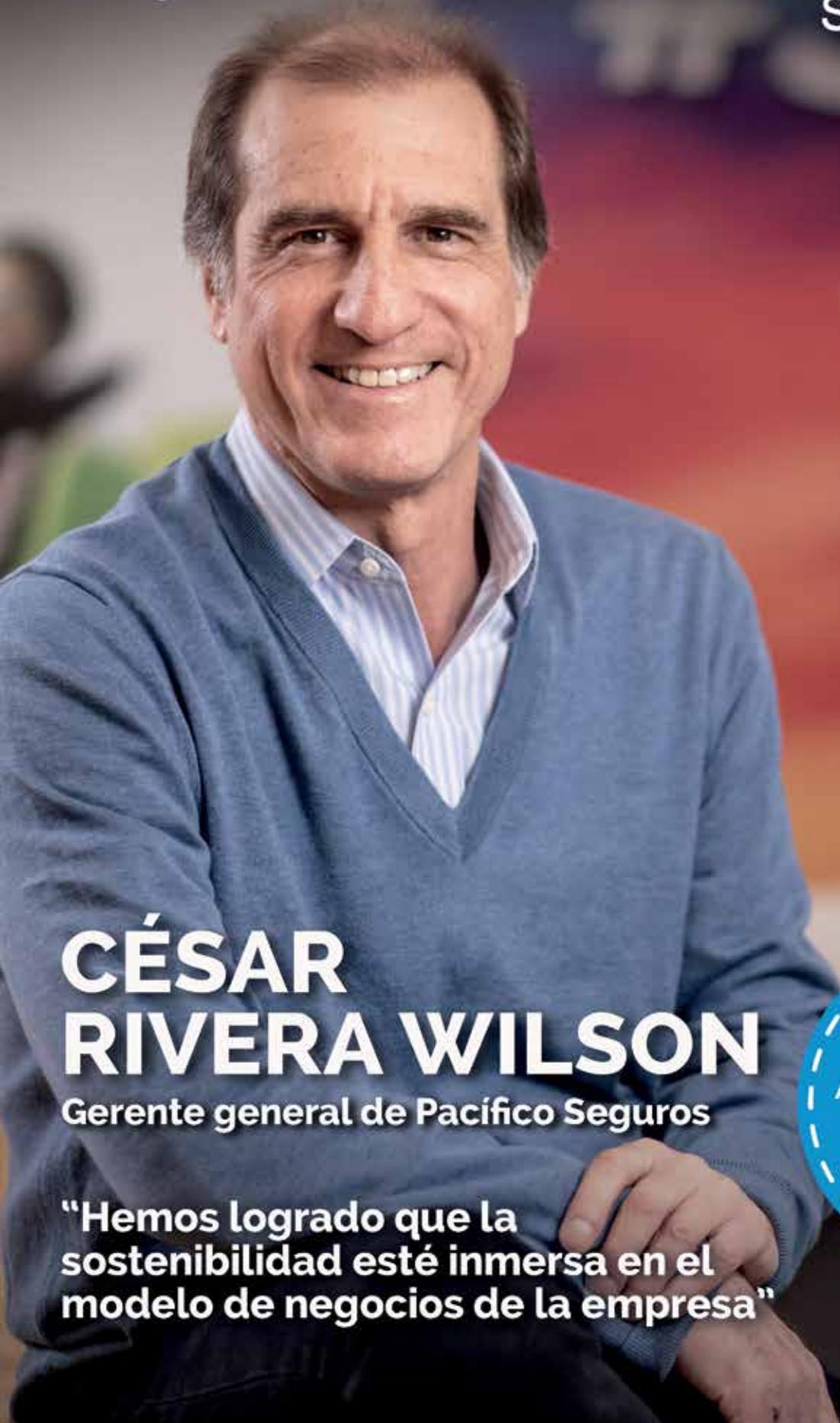


Stakeholders

Sostenibilidad



CÉSAR RIVERA WILSON

Gerente general de Pacífico Seguros

“Hemos logrado que la sostenibilidad esté inmersa en el modelo de negocios de la empresa”

EDICIÓN

DÍA DEL MEDIO
AMBIENTE / RECICLAJE

ESPECIAL

MODA SOSTENIBLE

NUEVO

eco
saco

**NUESTRA NUEVA
SOLUCIÓN** que va

#DelHombroPalTrompo

sin abrir la bolsa



Reducimos
residuos



Mejoramos
la productividad



Disminuimos la exposición
al polvo de cemento



EL SACO SE DISGREGA SOLO EN MEZCLAS DE CONCRETO.
PRUEBAS REALIZADAS SIGUIENDO LOS LINEAMIENTOS DE LA NORMA NTP 339.183.

Pacasmayo

UPC



**TRANSFORMAMOS EL PAÍS
A TRAVÉS DE UNA EDUCACIÓN
DE CALIDAD.**

"La UPC desarrolló en nosotros el compromiso ciudadano, la innovación y el liderazgo con sentido ético y humano. Así fundé Tándem Psicólogos, con el objetivo de brindar acceso a la salud mental a familias de diferentes realidades del Perú".

Daniel Trujillo

Egresado de la Carrera de Psicología
Fundador y director de Tándem Psicólogos

UPC

exígete, innova

EQUIPO

DIRECTOR Javier Arce Novoa
jarce@stakeholders.com.pe

JEFE DE REDACCIÓN Renzo Rojas

REDACTORAS Denisse Torrico
Milagros Bracamonte

CONSEJO CONSULTIVO Ana Zucchetti
Augusto Baertl
Baltazar Caravedo
Felipe Portocarrero
Manuel Pulgar-Vidal
Hans Rothgiesser
Jorge Melo Vega
Perú 2021

GERENTE COMERCIAL Luis Arce Novoa

GERENTE DE PUBLICIDAD Verónica Atauyucu Luna

GERENTE DE MARKETING Natalia Arce Nájjar

JEFE DE MARKETING (ESTRATEGIA DIGITAL) Mario Antúnez de Mayolo Soto

ANALISTA DE COMUNICACIONES Marilia Vargas Carrasco

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN Elizabeth Arenas Reyes

SERVICIOS DE MENSAJERÍA Dinsides Courier

Av. Paseo de la República n°. 3565
Piso 7-San Isidro
Publicidad: 999 838 810 / 946 566 060
f Revista Stakeholders m Revista Stakeholders
www.stakeholders.com.pe

🐦 @stakeholdersRS 📸 @stakeholderssostenibilidad

La revista no se hace responsable por las opiniones vertidas por nuestros colaboradores.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú n°. 2008-07250

EDITORIAL

Más de 38 millones de toneladas de residuos sólidos municipales, al menos, se han generado en el Perú durante el periodo 2017 - 2021. Fechas como el Día Mundial del Medio Ambiente y el Día Internacional del Reciclaje nos invitan a reflexionar sobre el impacto negativo de las actividades del ser humano en el entorno. En el país, el análisis pasa además por cuestionarnos qué estamos haciendo al respecto para mitigar estos efectos, que en algunos casos son irreversibles.

El escenario no es fácil. Y ese “al menos” en la primera línea revela un síntoma del sistema del reciclaje: la falta de información íntegra que refleje lo más objetivamente posible la realidad, entre otros desafíos. Es por ello que la presente edición de Stakeholders está dedicada a diferentes aspectos de la problemática del reciclaje. Asimismo, este y otros temas se enmarcan dentro del Día Mundial del Medio Ambiente, que este año justamente tiene por tema la contaminación por plásticos. En las siguientes páginas especialistas de diferentes organizaciones abordan con sentido crítico este panorama.

El sector privado también comparte a continuación sus iniciativas y perspectivas acerca de su papel en el mercado del reciclaje. Las expectativas son buenas. Directivos de diversas compañías cuentan algunos de los resultados alcanzados, así como sus ambiciones y propuestas. Igualmente, se incluye en esta edición el especial Moda Sostenible, un enfoque que va cobrando importancia en la industria de la moda, y que refleja un gran potencial de la mano de la innovación y tecnología.

Cada publicación es todo un reto. Por ello, desde Stakeholders agradecemos a cada uno de los columnistas que nos acompañan edición tras edición y, por supuesto, a quienes colaboran con su aporte y muestran preocupación en cada uno de los artículos por hallar un derrotero que nos lleva cada día a ser un país más sostenible, inclusivo y pacífico.

SUSCRIPCIONES AL 441 09 98
info@stakeholders.com.pe



NTT DATA

**Primera consultora
en tecnología
del Perú***

* Fuente: IDC Peru Semiannual Services Tracker, 2022

TEMAS CANDENTES DEL SIGLO XXI



BERNARDO KLIKSBERG*
Asesor de diversos organismos internacionales. Autor de 69 obras traducidas a múltiples idiomas. Apareció su nueva obra "Retos éticos de la postpandemia" (Disponible en Amazon). kliksberg@aol.com

Este mundo turbulento e incierto presenta, entre otros, tres temas críticos:

1) La crisis climática

Las previsiones sobre su ritmo se han quedado cortas. Se está acelerando. El calentamiento global se ha intensificado muy rápidamente. El planeta está cerca del fatídico 1,5 % de aumento de la temperatura global por encima de la era preindustrial. Se desmoronan los glaciares, los mares se elevan, se intensifican los huracanes y las inundaciones, se desertifican inmensas extensiones sumiendo a multitudes en hambre, y ascienden las catástrofes climáticas. Después del 1,5 % todo será aún peor. El dióxido de carbono que emiten las industrias de combustibles fósiles es el más alto de la historia y genera temperaturas extremas, desequilibrando los ecosistemas básicos y exterminando biodiversidad. Asimismo, los mares sufren contaminaciones ambientales masivas en una de tantas escenas similares. En la península de Valdés (Patagonia), la fauna marina tiene que convivir con inmensas masas de desechos plásticos, y los ingiere envenenándose. Se impone cambiar antes del 2040 las energías sucias por limpias, como la solar y la eólica.

2) La revolución de la inteligencia artificial

En solo 4 meses, la inteligencia artificial alcanzó más de 100 millones de usuarios. Tiene aplicaciones excepcionalmente útiles en múltiples campos. Así por ejemplo un cirujano robot termina de realizar el primer trasplante de pulmón sin abrir el tórax del paciente, pero mafias económicas ultra poderosas están tratando de

ganar control sobre ella para utilizarla en su propio enriquecimiento. Tiene contraindicaciones. Así se está casi ignorando el gran tema de la desocupación masiva que puede generar en 20 años al reemplazar un alto porcentaje de trabajos, como lo advierte Harari. La IA ya piensa por cuenta propia y puede dar consejos muy peligrosos ante la falta de regulaciones éticas. En Bélgica, un joven de 30 años, inmerso en un diálogo con ella, terminó suicidándose. 1000 especialistas de primera línea en el tema, han exigido regulación cuanto antes y moderar la velocidad de su expansión.

3) El ataque salvaje de la desinformación

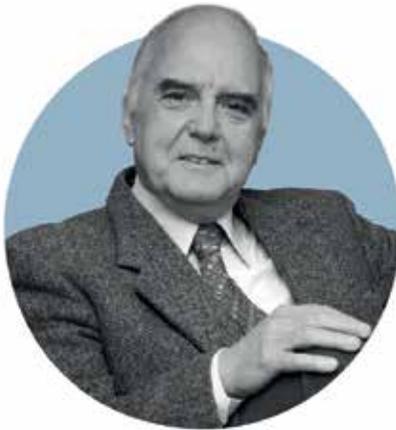
Se está produciendo en las redes sociales una sustitución de la verdad y la realidad por patrañas, conspiraciones, fake news, creadas por grupo criminales, intereses de dominación política que impulsan dictaduras, vendedores de pornografía, propagadores del racismo, traficantes de mujeres y otros similares. Los falsificadores de la verdad están causando daños sociales de gran magnitud con sus campañas entre otras áreas de oposición a las vacunas preventivas del COVID, su negación sistemática de la existencia del cambio climático, su revisión de la historia que niega que haya existido el Holocausto y exalta el neonazismo y su promoción de líderes de ultraderecha. Si no se les cierra el camino, prontamente accederán a inteligencia artificial y podrán causar daños aún mayores.

¿Hay soluciones?

Las hay. La crisis climática puede ser enfrentada incentivando las energías limpias y la protección de la naturaleza y de los mares, como lo está haciendo la Unión Europea, Canadá, Israel, Costa Rica y otros. Asimismo, acelerando la reconversión de la industria automotriz hacia los autos eléctricos que está en marcha. También presionando a los codiciosos generadores de combustibles fósiles y enfrentando a los grandes contaminadores, como los plásticos y otros. Por otro lado, proporcionando como lo pide la ONU contribuciones económicas, cooperación técnica, y tecnologías a los países más débiles.

La inteligencia artificial puede ser un gran motor de desarrollo, pero debe regularse prontamente y encarar el tema de la desocupación. La desinformación debe ser radiada de las redes sociales. Países como los nórdicos son ejemplos de que todo esto es viable. Hay que apurar el paso..

ECONOMÍA CIRCULAR, RECICLAJE Y EXTENSIÓN DE LA VIDA



BALTAZAR CARAVEDO MOLINARI
Profesor de la Pontificia Universidad
Católica del Perú

La urbanización es un proceso de aglomeración de personas, viviendas, industrias, comercio, unidades educativas y hospitalarias en un espacio determinado. Ello debiera implicar contar con fuentes de agua, potabilización de esta, y extensión de redes para llevar a todos los habitantes y actividades este líquido elemental. Pero, igualmente, es necesario contar con un sistema para evacuar los residuos sólidos, líquidos y gaseosos que se generan para depositarlos de manera segura, y, vía algún mecanismo de reciclaje, recuperar lo máximo posible. La población mundial hoy es predominantemente urbana.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), según estimados del 2017, solo el 12 % de la población respira aire limpio; en estimados del 2020, el 40 % carece de acceso al agua potable y el 46 % no cuenta con acceso a servicios de saneamiento seguro. Se trata, sin lugar a duda, de un problema mundial por el que todos los países y organizaciones en el mundo debieran preocuparse y contribuir a su solución lo antes posible. Hay que evitar que la contaminación y el desperdicio debilite la fuerza creativa de los humanos.

En el caso peruano, el promedio de producción de residuos por habitante al día es de más de 0.8 kilogramos. En la costa es superior a la sierra. Para abordar el problema nacional no basta con la participación de las entidades

públicas y municipales en el recojo de los residuos sólidos o desechos. Dada su complejidad es necesario que se den políticas generales y presupuestales que hagan viable que las ciudades, independientemente de su tamaño o volumen, puedan disponer de lo necesario para reducir sustantivamente la generación de residuos. Pero, lo necesario, no solo consiste en disponer de recursos económicos. Es indispensable una perspectiva de economía circular y transformarla en acciones prácticas.

La perspectiva de economía circular pretende reducir la producción de residuos y transformarlos en recursos para el siguiente momento del proceso productivo, disminuyendo la contaminación que pueden generar. Hay que tratar de hacer que los productos y materiales que se utilizan tengan la máxima duración, que duren el mayor tiempo posible. También se requiere regenerar la naturaleza, recuperar los sistemas naturales recuperando y reciclando los materiales que se emplean en las distintas actividades. En otras palabras, es necesario transformar el sentido lineal de la producción que se limitaba a producir, usar y desechar. Hoy es indispensable la noción de circularidad. El sentido sería producir, usar, reciclar, transformar, usar, y volver a reciclar.

La noción de circularidad, regeneración y extensión del tiempo de los materiales que se usen no puede limitarse a la dación de ciertas políticas. Se requiere que toda la población adopte esta perspectiva. Ello supone capacitar a todas las generaciones, incluyendo los niños en edad escolar. Más aún, los emprendimientos con o sin fines de lujo, debieran de asumir esta práctica, estar convencidos de su utilidad y necesidad no solo para las mismas organizaciones productivas sino para toda la humanidad.

Ya existen varias iniciativas en el mundo y en el Perú que producen con esa mirada. En el Perú se puede mencionar a SINBA que recolecta residuos de varios restaurantes para convertirlos en alimento para animales, extendiendo el ciclo vital de los materiales que se acopian. En Chile existe la iniciativa DISAL que es un proyecto integral de residuos, desagües, plantas de tratamiento de aguas, redes de alcantarillado, y reutilización de agua residual. En México hay iniciativas de recolección de PET para fabricar envases, en la industria textil, en los frascos de medicamentos y embalajes, en la confección de uniformes del personal de empresas, entre otros..

EL “ARANCEL” SOCIOAMBIENTAL



JORGE MELO VEGA CASTRO
Presidente de Responde

Los aranceles son tributos empleados en el comercio exterior y aplicados por las diferentes naciones para proteger a sus industrias, la agricultura y el empleo local contra la competencia extranjera. También en otros casos su objetivo es generar una fuente de ingresos para el Estado o, finalmente, para aplicar represalias por las políticas de comercio de otras naciones. El comercio exterior, hasta hace muy pocas décadas atrás tenía políticas generalizadas de aranceles, pero con el incremento del comercio global se ha logrado reducir esas tasas arancelarias y en muchos casos desaparecerlas, como producto de los tratados de libre comercio entre bloques de países y entre nación y nación, en la medida que han ido liberalizando sus economías.

La economía peruana es muy pequeña para vivir del consumo interno y ha logrado su crecimiento debido a la liberalización y al impulso de las exportaciones, debido a la política de promoción de tratados de libre comercio -TLC- con casi todos los países del mundo. Estos tratados han permitido el ingreso de nuestros productos sin pagar aranceles o en determinados casos, esas tasas son muy bajas, impulsando a que nos volvamos más competitivos y nuestros productos lleguen con el mejor precio y calidad a los consumidores a nivel global. En estos mercados no caben las ineficiencias en los procesos ni fallas en la calidad, porque sencillamente quedamos afuera. Es importante destacar que los productos tienen asociado un intangible que es la mar-

ca del país, si se mancha la reputación por alguna mala práctica, por ejemplo, en los textiles, las paltas o el oro, eso termina afectando a toda la industria del sector.

Pero en el comercio mundial ha surgido un nuevo arancel y esta vez no es de tipo tributario, sino que tiene requisitos socioambientales. Ya no nos sirve estar exonerados de aranceles si el país que nos compra tiene una regulación que obliga a que solo puedan ingresar productos en cuyos procesos esté garantizado el respeto a los derechos humanos, se cumplan estándares ambientales y medidas de seguridad y salud homologadas. Si bien es cierto que estos principios estaban contemplados en los propios TLC, hoy se cuenta con regulaciones nacionales que obligan a las empresas a que certifiquen estos procesos en su cadena o serán penalizadas. Estas empresas ya no pueden “castigar el precio” al momento de pagar por alguna debilidad en la calidad de los productos o fallas en el origen, sino que sencillamente ese producto no puede ingresar a ese mercado.

Los procesos de debida diligencia en Conducta Empresarial Responsable o en los Principios Rectores de Derechos Humanos de NNUU están migrando de ser guías de referencia para convertirse en normas de obligatorio cumplimiento. Los países europeos y asiáticos se han vuelto cada vez más exigentes en este cuidado socioambiental que claramente se convierte en una valla para la exportación de nuestros productos. Parte importante de este riesgo en el Perú tiene que ver con la informalidad que se manifiesta no solo en el empleo, sino en casi todo proceso de transacción. Los temas de seguridad y salud, por tomar un ejemplo son importantes, muchas veces los trabajadores formales que pagan por la seguridad social no tienen acceso a ella, al no existir presencia de ESSALUD en su zona.

Las cadenas productivas y el comercio internacional se van a enfrentar ante nuevos escenarios con regulaciones “aranceles” socioambientales más rigurosos, escenarios para el que muchas de nuestras empresas no están preparadas y también se ven perjudicadas por la propia debilidad institucional, la informalidad, ausencia de servicios básicos que ahora están atados a denominación de origen nuestros productos, con el riesgo de ser menos competitivos. Ya no es más un tema de buenas prácticas y reputación, ahora se trata de cumplimiento y regulaciones..

UNA FAMILIA, UNA DUCHA Y UN CEPILLO DE DIENTES



HANS ROTHGIESSER
Miembro del Consejo Consultivo *Stakeholders*

Una vez me contaron de una familia que se lavaba la boca en la ducha porque, a pesar de que tenían varios baños, ya no tenían lavatorios que funcionaran. Una amiga de la universidad fue a hacer el trabajo de un curso a esa casa y pudo constatar que los rumores eran ciertos. Después de cenar, todos iban a la ducha, se inclinaban sobre el chorro para enjuagarse la boca, para escupir el agua, etc. Tenían tanta práctica que no se mojaban el pelo. Esto lo hacían los hijos y los padres. O por lo menos, eso es lo que cuenta la leyenda.

Esta situación llevaba meses. No fue algo casual a lo que la familia fue sometida mientras se buscaba una solución. A esta situación se llegó gradualmente, por supuesto. Primero falló un lavatorio, no se hizo nada al respecto, luego falló otro lavatorio, no se hizo nada al respecto, etc. Se trataba de una casa antigua sólida en un barrio de clase media de Lima. Las cañerías ya debían de estar deterioradas y fallando. Al final, había inodoros que funcionaban, pero por alguna razón, los lavatorios se habían declarado en huelga permanente. Todos menos el de la cocina, que era en donde lavaban los platos y en donde cocinaban. La familia había hecho el pacto de no lavarse ahí las manos o los dientes. Ahí era donde trazaban la línea, aparentemente.

El problema de fondo, quizás, es que los seres humanos somos muy buenos para adaptarnos a situaciones nuevas. Y, a veces, esa habilidad sobrepasa los costos de solucionar un problema. En este caso, una familia

que había sobrevivido los apagones de los años ochenta y la superinflación y todas esas atrocidades por las que pasamos y que las nuevas generaciones de votantes nunca vivieron -pero que si hubiesen vivido valorarían más lo que tenemos y no votarían por aventureros improvisados al Congreso y a la Presidencia- estaba bien entrenada para adaptarse a una casa en la que había que lavarse las manos y los dientes en una ducha.

Esto no es un asunto de peruanos. Esto es un asunto de la raza humana. Los seres humanos hemos ido adaptándonos a las nuevas condiciones con tanta habilidad, que bien podría ser nuestra característica distintiva. Así como los klingon son guerreros y los ferengi son comerciantes, los humanos somos adaptables. Y eso es bueno, pero también es malo, porque nos pone un muro mental a nosotros mismos para que no apliquemos esfuerzos y solucionemos los problemas. Muchas veces, en vez de solucionarlos, proponemos formas de adaptarnos y vivir con el problema indefinidamente.

Como, por ejemplo, la familia de la que estaba hablando. Cuando falló el primer lavatorio, llamar a un plomero era una molestia, porque todos los que vivían ahí trabajaban o estudiaban. Coordinar con el gasfitero para que llegue y arregle y deje encargadas las piezas que hay que ir a comprar... No, mucha complicación. Mejor clausuro ese lavatorio, no más, y me voy a lavarme los dientes al siguiente. Y cuando ese también falla, lo clausuro y me voy al siguiente. Y así hasta que ya no hay lavatorios, entonces por fin quizás llamarás al plomero: no, porque tenemos duchas. Nos vamos adaptando de a pocos hasta una situación cómica.

Las distintas propuestas que han salido en las últimas décadas para hacer frente a varios problemas ambientales del planeta son innovadoras y muy loables: reciclaje, energías renovables, etc. Sin embargo, pareciera que solo son efectivas en la medida en la que no nos molestan, no llaman a que sacrifiquemos nuestro estándar de vida o que sucedan sin que me entere de que están funcionando. Ambientalistas astutos aprovecharían eso para conseguir más apoyo para estos cambios. En vez de seguir con su estrategia de querer que nos demos vergüenza a nosotros mismos por nuestras acciones. En pleno siglo XXI creo que esa estrategia ya quedó obsoleta, aunque con los dientes bien limpios y sanos..

REFLEXIONES

SOBRE EL REAL SIGNIFICADO DEL DÍA DEL MEDIO AMBIENTE



SANDOR LUKACS DE PERENY
Ph.D. Profesor del MBA y de los Programas en Sostenibilidad de ESAN

Si bien la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente nos ofrece (otra) oportunidad para reflexionar sobre nuestras acciones e impactos medioambientales, también es ocasión para evaluar de forma concreta y crítica en qué se ha avanzado y cómo. En este sentido, tanto las personas, como las empresas y los gobiernos cumplen un papel fundamental en términos de protección del entorno.

El tema del Día Mundial del Medio Ambiente cambia cada año y se centra en un problema ambiental en concreto. Por ejemplo, en 2021, el tema fue “Restauración de los ecosistemas”, consagrado a comprender la necesidad de restaurar y proteger los ecosistemas para garantizar la supervivencia de las especies y la salud del planeta. En 2022 se lanzó el lema “Una sola Tierra”, haciendo énfasis en esta idea de que no hay planeta “B”. Mientras que en 2023 el *motto* es “Invertir en nuestro planeta.” El punto es en qué invertir y en qué no invertir.

A pesar de la relevancia del Día del Medio Ambiente, a menudo este no se traduce en acciones concretas y efectivas. El problema es que dichas celebraciones anuales han devenido gradualmente en campañas publicitarias sin impacto real puesto que no hay evidencias de impacto. Lo hacemos porque nos sentimos bien como colectividad, pero no nos preguntamos acerca de la rendición de cuentas.

Iniciativas como el *Stakeholder Capitalism Metrics* impulsadas por las famosas “Big 4”, consultoras que proponen una visión

de gestión en materia de Gobernanza, Planeta, Gente y Prosperidad (en el marco de los criterios ESG), buscan de alguna forma generar rentabilidades responsables. En otras palabras, un capitalismo más consciente. Pero estos cambios que se proponen representan una suerte de gobernanza de los comunes a gran escala cuyos impactos, tanto positivos como negativos, se experimentan y experimentarán a nivel global.

Para reflexionar...

Por ejemplo, si por un lado se busca alcanzar el carbono neutralidad mediante la reducción de 45 % de emisiones entre 2010 y 2030, la pregunta es ¿y qué pasa con los agricultores de subsistencia que proporcionan el 30 % del alimento mundial? La lógica conduce al drama: sin fertilizantes no hay alimentos y sin alimentos surge el hambre y el descontento social.

La hambruna, de naturaleza multivariable, podría exacerbarse por una transición energética al carbono neutral apresurada y sin alternativas energéticas viables o accesibles. En consecuencia, la falta de alimento conlleva(ría) a la depredación directa de ecosistemas y especies. Esto también es medioambiente.

Medioambiente no significa tampoco privilegiar a la naturaleza por encima del ser humano; pues somos parte de ella. Se trata de hallar un balance técnico -mas no ideológico- de coexistencia basada en una futura bioeconomía que permita lograr el propósito que la ecología industrial (simbiosis organizacional) y la economía circular (extensión del valor útil del recurso) proponen.

Para lograr un impacto concreto, se deben abordar los desafíos ambientales globales de manera integral y multidisciplinaria. Es primordial que las celebraciones del Día del Medio Ambiente estén refrendadas por políticas y regulaciones sólidas acompañadas con monitoreo y controles continuos sin llegar a un centralismo controlador. En ese sentido, tanto los votantes como sus gobiernos elegidos tienen un rol moral que desempeñar en la protección del medioambiente.

Asimismo, las empresas también tienen gran parte de responsabilidad no solo en adoptar prácticas sostenibles o por reducir el uso de recursos naturales; las empresas también pueden innovar y desarrollar productos y servicios sostenibles de bajo impacto toda vez que moldean los hábitos de los consumidores mediante ofertas de productos más responsables con el entorno..

DIÁLOGOS CON
Stakeholders



Un podcast que busca generar un espacio de reflexión sobre tendencias y la agenda pendiente en materia de sostenibilidad con representantes de distintos sectores.



Episodio 1:

◦ **Tendencias en Sostenibilidad**

ALBERTO ANDREU



Episodio 2:

◦ **El rol de la empresa privada para potenciar la sostenibilidad**

VERÓNICA BONIFAZ



Episodio 3:

◦ **Biodiversidad: activo clave para el desarrollo sostenible**

GABRIEL QUIJANDRÍA



Episodio 4:

◦ **Desafíos para la Agenda 2030 pospandemia**

IGOR GARAFULIC



Episodio 5:

◦ **Inclusión LGBTIQ+ en el mundo laboral**

PÍA BRAVO

Conduce:



Manuel Silva

Disponible en:



Escanéame

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE: EL ROL DE LA UNIVERSIDAD PERUANA



LINDSAY VALVERDE PAMPAS
Coordinadora de Sostenibilidad de UPN



MERCEDES CÁCERES OYARCE
Gerente de Responsabilidad Social de UPN

La preocupación por el cuidado del planeta es prioridad en la agenda mundial al 2030. La degradación de los ecosistemas, el agotamiento y la escasez de los recursos naturales y el impacto del cambio climático mantiene en alerta a todas las sociedades, sobre todo a las más vulnerables.

Cada 5 de junio se conmemora y enfatiza en todas las acciones que hacen y pueden hacer posible contrarrestar los efectos del cambio climático. Este año el motivo por el Día Mundial del Medio Ambiente convoca a recordar el grave peligro para todos los ecosistemas a causa de los plásticos, y qué acciones se proponen para dar solución a este gran problema socioambiental.

En el Perú, las instituciones de educación superior comprenden su rol sistémico contra el efecto invernadero, y generan acciones que integran la formación académica profesional, la investigación y la responsabilidad social universitaria. En la Universidad Privada del Norte (UPN), respaldada por el liderazgo de sus autoridades, se ha encaminado en promover una cultura de Campus Sostenible, en donde se integra la formación académica, la investigación, la ecoeficiencia de sus campus y la comunicación por el cuidado de nuestro planeta en toda la comunidad universitaria. El objetivo en UPN es brindar al futuro profesional todas las herramientas y experiencias para que logre tener la capacidad de contribuir al desarrollo sostenible de nuestra sociedad desde su profesión, para ello se plantean acciones alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como cursos transversales con temáticas de cuida-

do ambiental, proyectos socio ambientales especializados acorde al currículo académico, participación en actividades que incentivan la competencia, creatividad e innovación, y el acompañamiento y soporte individualizado hacia la investigación.

La propuesta académica universitaria constituye un pilar importante en la formación de futuros profesionales conscientes de la sostenibilidad en su entorno, UPN cuenta con más de 120 cursos vinculados a ODS, que otorgan a los estudiantes la oportunidad de cursar asignaturas relacionadas con la sostenibilidad y la gestión ambiental, lo que les permite adquirir conocimientos y habilidades para abordar los desafíos ambientales desde sus respectivas disciplinas.

Desde la ecoeficiencia operativa muchas universidades en el Perú se preocupan también por el cuidado ambiental a través de la implementación de políticas y programas de gestión ambiental; así como sumar con la meta país de medición y reducción de la huella de carbono y fortalecer la conservación de la biodiversidad dentro y fuera de las zonas de influencia, con apoyo de instituciones aliadas. Para lograr la ecoeficiencia de las actividades académicas se despliegan acciones como el uso eficiente de los recursos principalmente de energía y agua, la gestión adecuada de residuos, la promoción del transporte sostenible, la reforestación de áreas verdes, y sobre todo la concientización a toda la comunidad universitaria.

Año a año se ha incrementado el número de participaciones en eventos, concursos e investigaciones con interés por dar soluciones a la problemática ambiental; por ejemplo: Centros de investigación avanzada en agroingeniería, propuesta de robots ecoamigables y dispositivos ecoeducativos, empleo de nanopartículas para reducir la contaminación, propuestas de transformación de plásticos como materia prima en textiles, y la aplicación de la sostenibilidad en actividades de turismo, marketing, salud ambiental e ingeniería.

La institucionalización por el cuidado y conservación ambiental se logra fortalecer a través de alianzas estratégicas con organizaciones tanto privadas como del Estado, el logro de los objetivos es la suma de esfuerzos y las universidades son conscientes de ello. Vivimos en un mundo cambiante y tenemos la gran misión de responder antes las necesidades de nuestras sociedades y del planeta. ●●

RECONECTANDO LAS DIVISIONES DE NUESTRO MUNDO PARA UNA SOSTENIBILIDAD EFECTIVA



JOSE JOSAN
Director Especialista MBA Salud, Centrum PUCP

Como profesor y emprendedor, me preocupan los eventos y las crisis que están definiendo nuestro entorno actual. Estas crisis no son incidentes aislados; están interconectadas y son síntomas de un problema más profundo. Como médico, trato de interpretar todo de forma sistémica. El cuerpo es uno solo y tratar de entender un órgano sin relacionarlo con el todo no es eficiente. De la misma forma, entender las enfermedades tratando de explicar los síntomas sin entender a profundidad las causas y antecedentes, es tratar de explicar un iceberg solo por el 10% de lo que se ve en la superficie sin tener en cuenta el 90% que está por debajo del agua.

Sistémicamente, esta crisis se puede entender en términos de tres desconexiones o brechas:

La desconexión entre el yo y la naturaleza: una brecha ecológica

Durante siglos, los seres humanos hemos vivido en armonía con la naturaleza; dependiendo de la naturaleza para nuestra comida, agua y refugio, encontrando también, sustento espiritual. Sin embargo, en los últimos siglos nos hemos desconectado cada vez más de la naturaleza; construyendo ciudades que están separadas del mundo natural, contaminando el aire y el agua, cazando y destruyendo la vida silvestre. Y como resultado de estas acciones, hemos creado una crisis climática que amenaza nuestra propia existencia, la desestabilización del clima, la pérdida de la biodiversidad, y todos los demás problemas ambientales de los que deberíamos ser conscientes.

La desconexión entre uno mismo y los demás: la brecha social

Además de nuestra desconexión con la naturaleza, también

estamos cada vez más desconectados unos de otros. Vivimos constantemente bombardeados con información y estímulos. Nos comparamos con otros en las redes sociales. Competimos en forma permanente por los recursos y la atención. Como resultado de esta constante competencia y comparación, estamos cada vez más aislados unos de otros, perdiendo nuestro sentido de comunidad y conexión; dificultando la empatía y compasión propias de nuestra naturaleza que estimulan la violencia y la desconexión social.

La desconexión entre uno mismo y uno mismo: la brecha espiritual

Finalmente, también estamos cada vez más desconectados de nosotros mismos. Recibimos mensajes de todos lados sobre lo que debemos ser y cómo debemos actuar. Se nos dice que debemos ser delgados, ricos, exitosos y felices. Como resultado de estos mensajes, estamos perdiendo el contacto con nuestro propio ser interior. Hay una desconexión entre mi yo actual y mi yo futuro y por eso aparecen síntomas de agotamiento, depresión, ansiedad y se hacen cada vez más evidentes los síntomas de deterioro mental, que afecta a nuestras familias, comunidades y sobre todo a nosotros mismos.

Mi llamado a la acción:

Vuelve a conectarte con la naturaleza: pasa tiempo en ella. Conoce las plantas y los animales que viven a tu alrededor. Aprende sobre los ciclos naturales de las estaciones, conversa con tus hijos o familia sobre nuestro rol en la sostenibilidad del ecosistema.

Vuelve a conectarte con otros: construye relaciones con personas que son diferentes a ti. Escucha sus historias y aprende de sus experiencias. Encuentra formas de trabajar juntos por el bien común.

Reconéctate contigo mismo: tómate un tiempo para la autorreflexión. ¿Cuál es tu sentido de propósito? ¿Cuáles son tus valores? ¿Cuáles son tus sueños? ¿Para qué estás en este mundo? Estas son solo algunas sugerencias.

Por último, no podemos liderar el cambio de sistemas a menos que sintamos y actualicemos el futuro que queremos que emerja. Eso conduce a la esencia del liderazgo. La palabra en inglés liderazgo, se remonta a una raíz indoeuropea: *leith*, que literalmente significa dar un paso adelante, pasar de un territorio que conocemos muy bien, la realidad actual, a otro territorio que no conocemos. Eso solo sucederá si tenemos el coraje de ejercer nuestro liderazgo, dar un paso hacia lo desconocido y aprender en el camino. ..

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE



ZOILA ROJAS

Docente de la carrera de Ingeniería Ambiental de la UPC

El 5 de junio todos estaremos más unidos que nunca para celebrar un aniversario más del día mundial del medio ambiente. Las Naciones Unidas designaron este día para poner de relieve la importancia de la protección y la salud del medio ambiente, ya que es un tema que afecta al bienestar de los pueblos y al desarrollo económico alrededor del mundo (UNESCO, 2023).

Como todos los años, la celebración de este día significa sumar nuestros esfuerzos y actuar de forma responsable hacia el medio ambiente, quedaron atrás aquellos tiempos en los que simplemente esperamos las regulaciones y las iniciativas de diferentes empresas para transformar nuestro estilo de vida, hoy TODOS somos parte del cambio.

Este año marca el 50 aniversario de este día mundial establecido por primera vez por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1972, siendo el tema central “Sin Contaminación por Plásticos” (UNEP, 2023).

Introduciendo de forma breve el tema, cada año se producen a nivel mundial más de 400 millones de toneladas de plástico y se cree que la mitad de este material se concibe para una vida útil de un solo uso. Menos del 10% se recicla. Se estima que entre 19 y 23 millones de toneladas de desechos plásticos terminan cada año en lagos, ríos y mares. Asimismo, los microplásticos (partículas plásticas cuyo diámetro es inferior a 5 mm) invaden los alimentos, el agua e incluso el aire. Se estima que las personas in-

gieren más de 50 000 partículas de plástico cada año, e incluso muchas más si se tienen en cuenta las partículas inhaladas (UNEP, 2023).

Un día sin plástico significa más de lo que podríamos imaginar. El plástico ha invadido nuestras vidas de una manera que hoy, se sienta en nuestra mesa. Su inserción en la industria, facilitó que muchas empresas logren distribuir sus productos y hacerlos llegar a su público objetivo, sin embargo, si bien el objetivo comercial se cumplió, los impactos ambientales que hoy enfrentamos y los que tienen que enfrentar las generaciones futuras no lograría cubrir el precio con el que son liberados al mercado. Es claro que, pese a la contaminación ambiental, la pérdida de biodiversidad y las enfermedades que aquejan a la población, las iniciativas no están logrando revertir el daño ocasionado al ritmo que el planeta tierra lo necesita.

¿Te imaginas hacia dónde tenemos que dirigir las acciones para realmente generar ese cambio?, pues sí toca levantar la voz. Si somos conscientes que nuestras decisiones son parte del problema, nos toca mirar a quién dejamos entrar en nuestras vidas y sentarse en nuestra mesa como un invitado silencioso. Si te das el permiso de tan solo por un día ver ¿qué productos consumes?, ¿en qué envoltura o empaque vienen?, ¿tienen otros usos?, ¿es reciclable? y ¿afecta al entorno en dónde vives tú, tus padres, tus hijos, los hijos de tus hijos, la humanidad entera?, la tierra podría descansar y restaurarse, y este será el inicio para que todos juntos construyamos un futuro sin plástico. ..



DEL RESIDUO AL RECURSO: MÁS ALLÁ DEL RECICLAJE



DARÍO DÍAZ
Director de Sostenibilidad - APOYO Comunicación

■ **¿Por qué a pesar de contar con programas de reciclaje, las empresas, instituciones o municipios no logran las metas que se propusieron? ¿Por qué solo 3 de cada 10 familias reciclan? ¿Qué nos está faltando?**

En el Perú se generan casi 8 millones toneladas de residuos sólidos al año; de ese total se estima que el 75 % pueden ser reutilizado, ya sea a través del reciclaje (ej. papel, vidrio, plásticos), o bien a través del compostaje cuando se trata de residuos orgánicos (ej. restos de comida).

Tenemos una oportunidad de convertir este porcentaje de residuos en recursos productivos. Sin embargo, el reaprovechamiento de estos es muy bajo, llegando apenas al 2 % del reciclaje del total de plástico, vidrio y cartón que usamos.

Hay una brecha a cerrar. Y la brecha se da en varias dimensiones

No reciclar no solo significa desaprovechar recursos productivos, significa dejar de contribuir con los ingresos de más de 180 000 recicladores peruanos que hacen de esa labor su sustento diario y el de sus familias. No reciclar significa dejar de contribuir a disminuir la huella ambiental de nuestro sistema productivo lineal.

Por ejemplo, ¿sabías que fabricar 1 tonelada de R-PET consume el 21 % de la energía que consume fabricar 1 tonelada de PET virgen? El R-PET es el producto hecho a partir de plástico ya utilizado, y que a su vez es reciclable de nuevo.

¿Qué nos está faltando? Si los consumidores desean contribuir a proteger la naturaleza, por qué sus declaraciones y/o valores no se correlacionan con sus acciones?

Hay una brecha entre lo que se declara y lo que se hace. Existen

diversos modelos de ciencias del comportamiento que tratan de explicar las barreras y los impulsores por los cuales no hacemos realidad nuestras intenciones. No se conoce el impacto de reciclar (“no sabía que hay más de 180 000 recicladores que viven de esto”), hay creencias erróneas (“el residuo es basura”), pero también hay barreras sociales (“nadie separa los residuos”), e incluso barreras logísticas (“no hay estaciones de reciclaje en los espacios públicos”). Gran parte de estos desafíos también requieren un esfuerzo de comunicación con impacto.

Afortunadamente hay evidencias de un cambio en proceso:

- El 19 de abril Minam y MINEDU instalaron un grupo impulsor para actualizar la Política Nacional de Educación Ambiental. La meta es que a octubre del 2023 esté aprobada y sea dirigida a colegios para mejorar la generación de “cambios de comportamiento”.
- En abril se lanzó la Coalición por una Economía Circular Manufacturera en Perú, una instancia que permitirá impulsar el trabajo que ya vienen realizando varias empresas e instituciones para aprovechar mejor los recursos productivos (ej. energía, agua) y no dejar residuos en el momento en el que diseñan sus productos y envases.

Volviendo a mi pregunta original, ¿cómo podemos contribuir a “cerrar la brecha”?

Como ciudadanos: generando “activismo social” a través del ejemplo. Es importante que promovamos el cambio de comportamiento desde nuestros hogares, se lo exijamos a nuestras autoridades y a las empresas donde trabajamos.

Como empresas: debemos desarrollar una nueva forma de hacer negocios y la “Economía Circular” es el camino. Los invito a leer la “Guía Práctica de Economía Circular en Perú”, un trabajo de cocreación entre varios profesionales que entendemos que este es el único camino efectivo para generar impacto positivo.

Finalmente, aprender a comunicar con impacto. Aquí les dejo algunos ejemplos de cómo generar comunicación de programas de sostenibilidad: <https://www.apoyocomunicacion.com/casos/>

En última instancia, la pregunta clave es si en nuestras empresas ya contamos con un plan para lograrlo.



“Guía Práctica de Economía Circular en Perú”, Lima, 2022.
Giuliana Becerra, Darío Díaz, Ciudad Saludable, 2022.

¹ “LIFE CYCLE IMPACTS FOR POSTCONSUMER RECYCLED RESINS: PET, HDPE, AND PP”, Franklin Associates, a Division of Eastern Research Group (ERG)

DESAFÍOS PARA EL CRECIMIENTO DEL MERCADO DE RECICLAJE EN EL PERÚ

Reducir la informalidad, mejorar la gestión municipal y contar con información genuina son algunos de los retos que enfrenta el reciclaje en el país.

A la fecha, a pesar de los avances, se necesita también brindar mejores condiciones para potenciar un mercado en el que la oferta pueda cubrir la demanda por residuos reciclables.

POR RENZO ROJAS
 rojas@stakeholders.com.pe

El reciclaje genera no solo un evidente beneficio ambiental, sino también un crecimiento económico en favor de las más de 180 000 personas que se dedican a esta actividad en todo el Perú. Sin embargo, a la fecha, se necesita trabajar en varios aspectos de la cadena de valor para potenciar su impacto, ya que se visibilizan oportunidades de mejora que, si bien provienen de instancias como los gobiernos locales, requieren del trabajo de todos los sectores.

Vale resaltar que el reciclaje se inserta dentro de la economía circular. Más que un fin, es un eslabón necesario para alcanzar este modelo que poco a poco cobra protagonismo en todas las actividades económicas.

“Es importante que entendamos que el reciclaje es parte de un sistema mucho más sostenible y que responde a los tiempos que vivimos: la economía circular. Si bien el reciclaje no es toda la EC, contribuye significativamente sobre todo en ciudades como las de América Latina, donde existe un serio déficit en la gestión integral de los residuos sólidos”, señala Paloma Roldán, directora ejecutiva de Ciudad Saludable.

Las cifras demuestran los retos en el sector. Según el Minam, en el 2021, más de 22 000 toneladas de residuos sólidos municipales se generaron diariamente, y solo cerca del 1.8 % se valorizó, aproximadamente. Es de-



Paloma Roldán
 Directora ejecutiva de Ciudad Saludable



Joanna Kámiche Zegarra
 Directora del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (UP)

cir, radica en el diagnóstico una inequidad entre lo que se acopia con la oportunidad de ser reciclado y con lo efectivamente reciclado. Al 2020, del volumen de residuos sólidos que se generaron en los hogares y que fue recogido por los gobiernos locales,

el 73.3 % tuvo como destino final botaderos a cielo abierto, con la consecuente contaminación de agua y suelo que implicó.

“Entonces, las cifras de la cantidad de gente que separa y recicla sus residuos y la cantidad de material que reciclan las municipalidades no calzan”, menciona Joanna Kámiche Zegarra, directora del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (UP).

La especialista menciona que esto se podría explicar por la falta de una adecuada implementación de servicios de recolección y disposición por parte de los gobiernos locales, lo que no permite cumplir eficientemente con la cadena del reciclaje.

El precio de la informalidad

En definitiva, uno de los desafíos en el reciclaje se relaciona con la reducción de la informalidad en el que se encuentran muchos de los recicladores. Entre las diversas desventajas, sucede que, en gran medida, la recolección de los residuos sólidos domiciliarios aprovechables pasa por ellos, lo que afecta directamente al sector porque no existe una información genuina de la trazabilidad del material.

Milagros Bernales, coordinadora de Operaciones de Reciclame, sostiene que de los más de 180 000 recicladores, según ONU, menos del 10 % se encuentra formalizado. Añade que datos del Minam reportan 563 asociacio-

Actualmente, la oferta de residuos reciclables no abastece la demanda que existe por parte de la industria.

nes de recicladores a nivel nacional, una cifra que básicamente considera a quienes participan del Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos junto con las municipalidades.

“En un estudio que hicimos a nivel de microempresas de reciclaje, en el 2020 - 2021, logramos identificar cerca de 217, dentro de las cuales el 43 % no tenía RUC ni licencia de funcionamiento; entonces, es una brecha bastante grande que aún tenemos. Es importante llegar a un punto en el que se pueda formalizar para obtener la trazabilidad del material, de dónde proviene y hacia dónde se comercializa, lo que nos va a ayudar también a tener cifras exactas de la realidad del reciclaje nacional”, detalla.

Paloma Roldán brinda un panorama en cuanto a la distribución de los recicladores en el Perú. Distingue tres niveles. En el básico, se encuentran aquellos que trabajan directamen-



Milagros Bernales
Coordinadora de Operaciones de Reciclaje

te en los botaderos, que en ocasiones pueden ser colectivos que existen legalmente pero laboran en condiciones que no cumplen con las medidas de seguridad. A nivel intermedio, figuran quienes tienen una constitución legal, han pasado por un proceso de capacitación según la ley del reciclador, establecen contacto con los gobiernos locales y tienen rutas asignadas de recolección.

“Y en un nivel avanzado están aquellos que ya cuentan con un vehículo, centro de acopio. Tienen rutas que no son solo domiciliarias (hogares o bodegas), sino también a empresas y centros comerciales”, añade Paloma Roldán.

No cabe duda de que es fundamental que en estos tres niveles los recicladores se hallen en un marco de formalización. Son actores clave en la cadena del reciclaje si se quiere avanzar al respecto. Consultada sobre cómo mitigar las tasas de informalidad, Joanna Kámiche dice que una forma de fomentar la formalización se asocia a un mercado que brinde incentivos y facilite la relación entre ofertantes y demandantes del reciclaje.

“Otro paso importante es que las empresas de todos los tamaños puedan comprar fácilmente el material reciclado por los recicladores formalizados, y puedan reconocer esa compra como parte de sus costos operativos. Este proceso aún no se logra fácilmente en términos contables, y ello no permite que el círculo virtuoso del reciclaje se pueda completar”, arguye.

La especialista de la UP comenta que se deben mejorar los mecanismos legales para la compra de material reciclado, debido a que aún no existen facilidades en términos tributarios y de contabilidad para que las empresas (pequeñas, medianas y grandes) adquieran este insumo a otras que están establecidas formalmente y, por supuesto, también a recicladores dentro de este marco.

“A nivel de las instituciones nacionales, la Sunat debería trabajar algunas medidas que faciliten la venta del material reciclado por parte de los recicladores debidamente formalizados a las empresas, de tal manera que estas puedan reconocer y utilizar la compra de este recurso como parte de la compra de sus insumos de producción. En esto todavía hay un camino largo por recorrer”, recomienda.



Reciclaje inclusivo

Es importante acotar que no se debe percibir a la formalización como un aspecto que responde meramente a una burocracia. Hay un valor social, ambiental y cultural en el trabajo de los recicladores. Existen también historias de superación y supervivencia para muchas de las familias que dependen de esta actividad. Por ello se habla de reciclaje inclusivo, como un enfoque que busca que se valore el rol esencial que cumplen en el progreso de la sociedad.

“Hablamos de recicladores y recicladoras que son actores socioeconómicos que no han tenido las mismas oportunidades en muchos casos, donde el 50 % no ha podido culminar la escolaridad, y que dan un esfuerzo enorme para la formalización cuando realmente no hay tantos beneficios en términos monetarios. (...) Es importante que se les valore mucho más porque eso no solo tiene que ver con la justicia, sino también con la equidad social”, explica Paloma Roldán.

Para la directora ejecutiva de Ciudad Saludable, es fundamental que se generen mejores condiciones, ya que la actividad del reciclaje es un empleo verde que más allá de una dignificación y formalización, además requiere de una profesionalización.

“Ninguna empresa prestadora de servicios, que tuviera que recoger los materiales reciclables o los residuos en general, trabajaría sin un sueldo por parte de una municipalidad. No obstante, las organizaciones de recicladores trabajan por convenio sin recibir una remuneración, eso es algo que está de cabeza. Por eso es importante hablar del reciclaje inclusivo, donde realmente se valora a cada uno de los actores de la cadena”, enfatiza.

Gestión desde las municipalidades

Las municipalidades son otros de los actores clave en la cadena del reciclaje. Bajo el Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos, son entidades a cargo de la

administración directa de los residuos orgánicos e inorgánicos. De acuerdo a información de este programa del 2022, a lo largo del territorio nacional, 245 municipalidades valorizaron residuos inorgánicos; mientras que 731 lo hicieron con los residuos orgánicos.

“Esta administración es deficiente, debido a que el incentivo que es asignado por el MEF para el cumplimiento de la Meta 3 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal no siempre es utilizado por las municipalidades para implementar cambios y mejoras en el Programa de Segregación en la Fuente. Es decir, se recibe este incentivo, pero se destinan los fondos para otras áreas y no precisamente para la de residuos sólidos”, subraya Milagros Bernal.

Es preciso recordar que este programa de segregación contempla la participación de la población mediante la separación, el almacenamiento y la entrega de residuos a un actor que cuenta con el beneplácito de la municipalidad para



iniciar con el proceso de reciclaje. En este contexto, los gobiernos locales deben contar con la logística necesaria y articular con otros agentes como los recicladores formales.

Otro punto que concierne a la problemática, prosigue Milagros Bernal, se vincula con que tampoco existe un marco tarifario determinado para la gestión de residuos sólidos domésticos. El costo por la gestión de los residuos reciclables normalmente está incluido dentro del impuesto municipal, el cual cuenta con tasas de recaudación mínima mayormente y no se aplica a la mejora de los programas de segregación. Parte del resultado deviene en que finalmente no se logra acopiar el material reciclable suficiente.

“Actualmente, la oferta de residuos reciclables no abastece la demanda que existe por parte de la industria. (...) Hay mucho más material que se pierde en los botaderos, en puntos críticos que son zonas no apropiadas para depositar residuos”, indica.

Comparte esta perspectiva Joanna Kámiche, quien enfatiza en que los gobiernos locales deben poner más esfuerzos y recursos en recolectar el material reciclado por la población. Todo ello con el propósito de que dichos materiales puedan ser utilizados por la industria nuevamente. “Para ello, se requieren procesos de recolección, transporte y disposición organizados y operativos; y en muchos casos aún no se logra”, asegura.

La trazabilidad del material

Contar con información fidedigna sobre la industria del reciclaje es vital para la toma de decisiones. Lamentablemente es un punto del que se adolece en el país, y que merece ser atendido con urgencia. Milagros Bernal manifiesta que es necesario que se sigan desarrollando estudios para identificar el volumen del material reciclable colocado en el mercado nacional, así como la capacidad instalada para su disposición final, la valorización del mismo, entre otros indicadores.

“Es fundamental el trabajo con los gobiernos locales porque ellos tienen esta información que nos facilitan por medio del Sistema de Información de Gestión de Residuos Sólidos del Minam (Siger-sol). Esto nos ayuda a seguir construyendo una base que al final posibilita seguir desarrollando proyectos en gestión de residuos sólidos”, sostiene.

Una tara al momento de tener una base de datos confiable vuelve a ser la informalidad. Debido a la intervención en la recolección de recicladores que no se encuentran empadronados en los programas de segregación, por ejemplo, se genera que no se pueda contar con información al 100 % de lo que se recolecta desde las viviendas, por lo que tampoco se puede obtener la trazabilidad del material potencialmente reciclable.

Se suma en este panorama, continúa la representante de Reciclame, la constante rotación de personal en áreas vinculadas a los residuos sólidos en las municipalidades, así como la escasez de especialistas técnicos al respecto.

“Genera que cualquier gestión o algún proyecto que se desee desarrollar tenga que ser postergado o, simplemente, ir con municipalidades que sí tienen un buen manejo y gestión de residuos sólidos porque brindan información más acertada. Por el contrario, otras que no cuentan con personal o existe una excesiva rotación, se genera primero una información, después otra versión o, incluso, ya no cuentan con la misma”, concluye. ..

Más impactos positivos

Paloma Roldán menciona que el reciclaje favorece a la gestión pública. Si bien en los gobiernos locales hay una obligación normativa para implementar iniciativas en el tema, el reciclaje es una de las mejores maneras de brindar a los habitantes un sistema de limpieza pública eficiente y sostenible.

Además, recalca la importancia de contar con más empleos verdes en un escenario retador como lo es la lucha contra el cambio climático: “Hay que entender que ahora necesitamos contar con empleos que tengan un propósito, donde uno sienta que cada una de las cosas que está realizando, ayuda no solamente a la generación de ingresos o riquezas para un determinado grupo, sino a un bienestar más allá de ello. (...) Hay muchos efectos positivos, además de obviamente los impactos ambientales.”

Desde otra arista, Joanna Kámiche destaca que con el reciclaje se reduce la presión sobre los rellenos sanitarios, especialmente cuando se cuenta con muy pocos en todo el territorio nacional: “En el Perú, solo el 14.4 % de los residuos se disponen en rellenos sanitarios y la gran mayoría (el 73.3%) se dispone en botaderos”.

En el ámbito corporativo, indica que existen varios beneficios para las empresas; por ejemplo, les permite ahorrar costos al comprar en menor medida material virgen. En esa línea, se fomentan también las oportunidades de innovación al utilizar material reciclado porque se debe mejorar la tecnología, generando así la posibilidad de redundar en un beneficio económico para la compañía.



GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS MUNICIPALES CRECE EN EL PERÚ

Según el portal del Sistema Nacional de Información Ambiental (SINIA) del Minam, en el 2021 se generaron más de 8 millones de residuos sólidos municipales. Para ese mismo año, los resultados indican que solo un poco más de 148 mil toneladas pasaron por un proceso de valorización.

¿Por qué se debe reciclar.....?



Plástico

- Tarda entre 100 a 1 000 años en degradarse.
- Tiene un impacto negativo en los océanos.
- Microplásticos en ciertas especies de peces salados o dulces.

Papel y cartón

- Permite la protección de bosques.
- Reducción de la huella de carbono.
- La calidad del papel reciclado es igual al virgen.



Vidrio

- Es 100 % reciclable.
- Menores emisiones a la atmósfera.
- La energía ahorrada del reciclaje de una botella mantendría encendida una bombilla de 100 watt durante 4 horas.

Las oportunidades para el reciclaje de estos materiales son enormes. Según el Anuario de Estadísticas Ambientales 2022, el papel y cartón, así como el vidrio, representan gran parte de los desechos municipales.

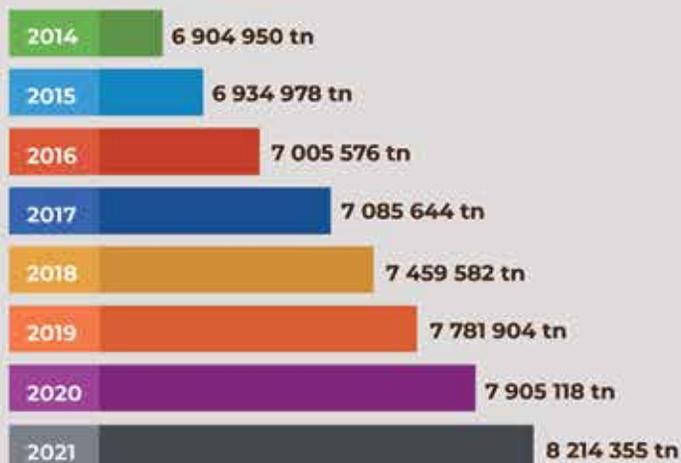
Etapas

Las siguientes fases en el manejo de residuos sólidos son reconocidas en la Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos:



Generación de residuos

La generación de residuos sólidos municipales ha venido creciendo notablemente en los últimos 8 años. De acuerdo al SINIA, en toneladas (tn):



La valorización de estos residuos ha tenido también un crecimiento en el país, aunque en menor medida en comparación con lo que se genera:



RECICLAJE Y SINERGIAS INDUSTRIALES: OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN Y COLABORACIÓN

Por **AMZY VALLENAS**
Especialista en economía circular
y sinergias industriales de DEUMAN

Los datos científicos nos muestran que hemos generado un impacto sin precedentes en el medio ambiente y que no hemos logrado desvincular el crecimiento económico de la degradación de la naturaleza. A nivel global, vivimos como si tuviéramos 1,75 planetas disponibles y se estima que la población mundial alcanzará los 10 000 millones de habitantes para 2050, lo que requeriría los recursos naturales equivalentes a casi 3 planetas para mantener los estilos de vida actuales¹.

La economía circular ofrece una respuesta sistémica y pragmática a los desafíos de recursos limitados a nivel global. Es un enfoque que puede generar beneficios económicos, sociales y ambientales mayores que el modelo económico lineal. Es así que las Naciones Unidas propone el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, el cual busca cambiar el modelo actual de producción y consumo para lograr una gestión más eficiente de los recursos naturales.

Para transitar a modelos productivos basados en la economía circular, el reciclaje y las sinergias industriales se han vuelto fundamentales no



solo debido a su impacto ambiental, sino también a su potencial de aumentar la competitividad y competitividad de las empresas en el país. Este potencial económico proviene de mayores ingresos derivados de las actividades circulares emergentes y de la reducción de los costos de producción mediante una utilización de materias primas secundarias.

En la actualidad, el enfoque del reciclaje se centra en el aprovechamiento de residuos y materiales de descarte, reintroduciendo los materiales en nuevos ciclos de producción. En el sector de manufactura, un avance importante ha sido la publicación del DS N° 003-2020-PRODUCE que aprueba

la Hoja de Ruta hacia una Economía Circular en el Sector Industria, la cual establece acciones para orientar la transición de la industria nacional hacia un modelo más sostenible.

El intercambio de residuos y el reemplazo de materias primas ofrecen oportunidades prometedoras en el camino hacia una economía más sostenible. A través del intercambio de subproductos y residuos entre diferentes industrias, se puede reducir la dependencia de las materias primas vírgenes y minimizar la generación de residuos. Esta actitud colaborativa se conoce como ecología industrial y considera la producción como un ecosistema de colaboraciones y sinergias, donde el intercambio de servicios, recursos y materiales entre industrias agrega valor, reduce costos y obtiene beneficios ambientales, como evitar la disposición final de materiales que aún pueden generar valor económico². Por ejemplo, una empresa alimentaria que genera residuos orgánicos podría establecer acuerdos con una empresa agrícola para proporcionar estos residuos como insumo para la producción de fertilizantes orgánicos y mejoradores de suelo. Asimismo, en todo el mundo, existen programas para generar parques ecoindustriales (empresas que comparten una propiedad común) o zonas industriales (empresas que no comparten una propiedad común), y el Perú no es ajeno a estas iniciativas que buscan establecer sinergias industriales en el país.

El intercambio de residuos y el reemplazo de materias primas ofrecen oportunidades prometedoras en el camino hacia una economía más sostenible.

¹ Objetivos de Desarrollo Sostenible: 12 producción y consumos responsable disponible en <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

² Chertow, M. R. 2007. "Uncovering" industrial symbiosis. *Journal of Industrial Ecology*, 11 (1), pág 11 – 30.

Las sinergias pueden identificarse dentro de un mismo sector económico y/o entre ellos.

Sinergias entre un mismo sector

Ejemplo:
Manufactura - Manufactura



Entre grupos industriales distintos



Sinergias entre diferentes sectores

Ejemplo:
Manufactura - Agricultura
Pesca - Manufactura



De manufactura a otro sector



De otro sector a manufactura



Para lograr estas sinergias en el país, se requieren principalmente dos condiciones: i) condiciones tecnológicas de innovación e investigación, así como infraestructura que facilite la implementación a gran escala de soluciones específicas que conviertan el aprovechamiento de residuos o materiales recuperados en nuevas cadenas productivas o procesos con bajo costo y alto rendimiento; y ii) voluntad empresarial para buscar estas oportunidades de colaboración y

simbiosis, donde todas las partes obtengan beneficios al alcanzar un objetivo común que combine aspectos económicos y la sostenibilidad de sus operaciones.

Buscar opciones colaborativas entre empresas del mismo sector, empresas en una misma área de influencia o empresas dentro de un mismo sistema productivo que puedan aprovechar los residuos de una como insumo o materia prima de otra, tiene el

potencial de reducir no solo los costos de producción y disposición, sino también de generar nuevos mercados o modelos de negocio, así como un valor agregado que se traduzca en ventas efectivas y un beneficio económico común. Muchas empresas ya han descubierto el alto valor y las ventajas de demostrar su esfuerzo colaborativo como sector o tipo de industria.

La economía circular no solo se aplica dentro de la compañía, sino también puede extenderse a la cadena de valor y empresas de otros sectores. El avance en generar las condiciones para el establecimiento de sinergias industriales está ocurriendo a un ritmo cada vez mayor. Sin embargo, la voluntad de buscar estas colaboraciones aún recae principalmente en el sector privado, que se está sumando a esta carrera hacia la descarbonización y la disociación del modelo de desarrollo económico lineal tomando un rol proactivo en establecer nuevas conversaciones y colaboraciones hacia la producción sostenible. ..



POTENCIAL Y DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA DE BIOPLÁSTICOS EN EL PERÚ

Por **CRISTHIAN ABANTO**
Especialista en economía circular
y cambio climático

La contaminación por plásticos es un problema global que ha generado preocupaciones, pero también esfuerzos mundiales para encontrar alternativas de gestión. Aunque la economía circular gana importancia e interés para abordar este desafío de manera holística e integradora, persisten dificultades tecnológicas, de mercado, culturales y regulatorias para hacer frente a este desafío de forma integral.

En el Perú, el 36.9% de los plásticos se importan en su forma primaria y el 63.1% restante en forma de semimanufacturas y manufacturas de plástico¹, la mayoría de los cuales termina su vida útil en rellenos y vertederos. Se han logrado avances importantes en la legislación nacional, como la Ley 30884 que regula el uso de plásticos de un solo uso y la Hoja de Ruta hacia la Economía Circular en el sector manufacturero. Estas medidas buscan condicionar el uso de plástico en productos específicos y promover la innovación y la colaboración empresarial para sumarse a este desafío de gestión ambiental.

Promover la innovación en materiales sustitutos para la producción de bolsas plásticas y envases de alimentos y bebidas es una oportunidad que requiere mejores condiciones de mercado (precios competitivos, alcance legislativo y adaptación tecnológica). También se necesita un cambio cultural en los consumidores, brindándoles información confiable y fácil de entender. Así, los bioplásticos representan una alternativa atractiva pero desafiante para el país.

Pero ¿qué son los bioplásticos y por qué son una alternativa sostenible?

Los bioplásticos pueden ser bio-basados



(derivados de biomasa), biodegradables o tener ambas propiedades². Según European Bioplastics, estos ayudan a reducir la dependencia de los recursos fósiles limitados frente a sanciones de precio y regulaciones más estrictas en marco de la urgencia climática y contaminación. Esta innovación tecnológica permitiría identificar el potencial para reducir emisiones de gases de efecto invernadero, mejorar la gestión de residuos y los sistemas para su degradación, tratamiento, aplicaciones y extensión de su vida útil.

¿Cuál es su potencial de aplicación en el país?

Si bien la Ley 30884 busca proporcionar información de calidad a los consumidores a través de sus reglamentos técnicos, son ellos quienes desempeñan un papel clave en la generación de demanda, incluso en el mercado informal donde la ley aún no ha tenido un impacto nacional. La industria nacional está comenzando a sumarse a los esfuerzos en favor de la economía circular, y aunque existen empresas que comercializan productos biodegradables, se debe mejorar la recuperación, el tratamiento y la biodegradabilidad para que su fin último pueda ser alcanzado.

La mayoría de bioplásticos actualmente son más caros de producir, debido a economías de escala y la competitividad de precios de formas primarias de plástico importadas. La producción de bioplásticos en el Perú es aún experimental (por ejemplo, CONCYTEC ha financiado 11 proyectos de desarrollo de biopolímeros a partir de productos locales), a nivel industrial la infraestructura se enfoca en la transformación y no en la producción de resinas, lo que resulta en una dependencia de materiales importados. Es importante impulsar la innovación en el diseño de nuevos envases biodegradables y explorar alternativas de producción a partir de residuos agroindustriales y biomasa. Además, se debe considerar la logística más allá de la producción estableciendo flujos de reciclaje para el tratamiento al final de su vida útil, para verdaderamente cerrar el ciclo de los bioplásticos.

La contaminación por plásticos es un desafío global, sin embargo, el Perú ya ha asumido un compromiso importante que no puede detenerse y que presenta una oportunidad de adoptar una nueva alternativa sostenible. Aunque existen barreras económicas e infraestructurales, un enfoque integral y una colaboración público-privada para la innovación en el diseño de envases, el uso de recursos locales y establecimiento de sistemas de reciclaje eficientes, podrán ser clave para desarrollar una industria nacional que genere empleo, contribuya a la transición hacia una economía circular y cumplimiento de las metas climáticas nacionales mediante una potencial industria en torno a los bioplásticos. ..

¹ Presentación de PowerPoint (sni.org.pe)

² Bioplásticos – European Bioplastics e.V. (european-bioplastics.org) y The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics.pdf (thirdlight.com)

CIRCULARIDAD Y TRABAJO DECENTE



MANUEL ARANA OVIEDO
Consultor Asociado de Soluciones
Conjuntas

¿Cuándo aprendimos acerca de la importancia del reciclaje? En mi caso, recién se volvió visible en mi época de universidad. No gracias a algún profesor, compañero o proyecto. Fue gracias a mis recorridos por la ciudad en la que estudiaba. Caminando cerca del mercado más grande, conocí a los recolectores de cartones, vidrio y jabas de madera. Todos informales, como la mayoría de los trabajadores en el Perú. Conversé con ellos en varias ocasiones acerca de su trabajo, sus ingresos y sus vidas. Como estudiante de economía me inquietaba cómo generaban valor desde lo que los demás desechábamos, valor que era invisible desde la formalidad. Con ellos aprendí sobre el reciclaje, su importancia para el medio ambiente de la ciudad y el potencial económico que escondía.

Posiblemente usted, apreciado lector, no tenga duda ya de la necesidad de la transición de una economía lineal a una economía circular. Como en todo proceso de cambio, las personas somos el centro, ya sea generándolo o adaptándonos. El reciente informe del *World Economic Forum, The Future of Jobs 2023*, encuentra a los empleos en sostenibilidad como algunos de los más demandados en el futuro próximo y a las tecnologías para la gestión ambiental entre las principales habilitadoras de nuevos empleos.

En ese contexto, la transición de nuestra economía hacia la circularidad nos da la oportunidad de integrar a quienes aún, en muchas partes del país, siguen siendo invisibles. Recién en 2019 se realizó el primer censo de recicladores.

Según el censo, alrededor de 180 mil personas se dedican al reciclaje en el Perú, de manera formal o informal, y más de 500 mil personas dependen de esta actividad. Las asociaciones formales de recicladores les brindan mayor seguridad y la posibilidad de trabajar de la mano con las organizaciones titulares de la gestión de residuos, las municipalidades, y articular con otros actores. Aún así, su trabajo es precario.

Diversas organizaciones, especialmente ONG, empresas sociales y algunos gobiernos locales trabajan ya en fortalecer el rol de recicladores y recicladoras. Es justo en alianzas con estos actores que las empresas privadas tenemos la oportunidad de sumar a su integración a la formalidad. Su incorporación en nuestros programas para la gestión de residuos reaprovechables puede ganar mucho incorporando su experiencia y conocimiento, a la vez que les brinda mayores oportunidades de trabajo decente.

La presencia de recicladores y recicladoras ya no es invisible en las ciudades y tenemos en nuestras manos la posibilidad de dejar que sea una presencia marginal al reconocer el valor de su trabajo para nuestra sociedad. Como escribí al inicio, fue recién de adulto que conocí el reciclaje y el aporte de los recicladores a la sociedad. Afortunadamente, mi hijo que apenas inició primaria, los conoció más temprano. Aprendió directamente de ellos cómo segregar los residuos de casa y esta experiencia le permite valorar su importante trabajo. Los invito a hacerlo todos juntos. ..



“VEMOS AL PLÁSTICO COMO UN EJEMPLO DENTRO DEL RECICLAJE”

Marina Yzú, gerente de Sostenibilidad, Comercio Exterior y Ferias de la Cámara Peruano-Alemana, aborda las expectativas sobre Fantástico Sostenibilidad con Plástico, una iniciativa que busca, entre sus objetivos, fomentar una gestión sostenible del plástico y la formalización de la cadena del reciclaje.

POR RENZO ROJAS

rrojas@stakeholders.com.pe

¿En qué marco se desarrolla la iniciativa Fantástico Sostenibilidad con Plástico?

Venimos trabajando temas de sostenibilidad en la Cámara Peruano-Alemana como un eje estratégico. Parte desde Alemania, pero también desde la Unión Europea. Del Pacto Verde Europeo, de todo el desarrollo que se viene dando en Europa con estos temas de sostenibilidad y que va de la mano con una legislación. Esta se aplica de forma cada vez más acelerada en toda la cadena de suministro a nivel global. Trabajamos en estos temas de forma central para poder empezar a hablar sobre economía circular, entender la importancia de una cultura de responsabilidad ambiental.

¿Cuál es la importancia de fomentar una cadena del reciclaje o valorización del plástico en el país?

Contamos con esta iniciativa Fantástico Sostenibilidad con Plástico que lo estamos desarrollando dentro del programa AL-INVEST Verde de la Unión Europea. Lo que buscamos es conversar sobre la correcta valorización del plástico. Muchos materiales y objetos con los que nos relacionamos diariamente son plástico. Lo necesitamos y tenemos que valorizarlo, por eso también apuntamos a hablar sobre productos alternativos al plástico de un solo uso, de aquellos que no están siendo valorizados de manera correcta. Estamos trabajando de la mano con todos los actores, incluyendo municipalidades, asociaciones de recicladores, entre otros, con la finalidad de tener un impacto en toda la cadena de valor del plástico.



Marina Yzú
Gerente de Sostenibilidad, Comercio Exterior y Ferias de la Cámara Peruano-Alemana

En ese sentido, ¿con qué entidades o actores se han articulado para el propósito de la iniciativa?

Estamos involucrando tanto a empresas de gran porte, como de mediano porte y contamos con el gran objetivo que consiste en trabajar con las pymes en el Perú. Queremos trabajar de gran manera con las pymes que son las proveedoras de relevantes actores, como empresas o instituciones. Buscamos que tomen conciencia sobre la importancia de poder valorizar y ofrecer alternativas

que no tengan plásticos de un solo uso en sus servicios o productos.

Apuntan a una variedad de agentes de la cadena del reciclaje...

Trabajamos con empresas grandes, que las denominamos empresas tractoras. Ellas son las que nos van a ayudar dentro de la cadena a incentivar y promover la valorización y uso correcto del plástico. También con pymes que quieran incluir los temas de sostenibilidad en sus procesos desde ya, sobre

todo, contemplando lo que se avecina en corto y mediano plazo sobre normativas, legislación, etc.

¿Cuáles son las expectativas de que esta articulación sea provechosa para el proyecto?

Nuestro principal *partner* en el proyecto es la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), donde articulamos con las pymes manufactureras. La idea es tomar conciencia de la responsabilidad de toda la cadena. Tomar conciencia de estas responsabilidades de forma educativa y también articular esfuerzos.

Sabemos que existen muchas iniciativas, algunas geniales cuando hablamos de reciclaje. Con muchas conversamos en Fantástico Sostenibilidad con Plástico y también son *partners* de nuestro proyecto. Sin embargo, a veces, una de las fallas o cuellos de botella se relaciona con la comunicación. En esa línea, nos enfocamos, para el segundo semestre del 2023, en espacios de mesa de trabajo donde el objetivo es conversar sobre todo lo que se está desarrollando, e identificar qué se puede mejorar. Figura todo un aspecto de articulación.

¿Cómo se vincula esta iniciativa dentro de lo que significa la Agenda 2030?

Abordamos este eje de sostenibilidad dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que cada vez cobran más protagonismo en el Perú. Todas nuestras actividades están pautadas en

Queremos trabajar de gran manera con las pymes que son las proveedoras de relevantes actores.

ese marco. Vemos al plástico como un ejemplo dentro del reciclaje, y a este último como uno de los ejes fundamentales para llegar a una economía circular. Se trata de avanzar poco a poco desde un aspecto específico, pero que puede ser muy representativo y valorizar toda una cadena económica.

¿Apuntan a que se pueda replicar en otros sectores?

El mensaje es que si estamos reciclando plástico y cobrando conciencia, lo debemos también aplicar con el cartón. De esta manera, se inicia una conversación con un ejemplo concreto dentro de la cadena de valor, donde existen varios actores. Se propician así espacios para nuevos puestos de trabajo, proyectos e inversión. Cuando abordamos el reciclaje es esencial hablar de inversión, atraer esta inversión que requiere de personas para trabajar en las cadenas de valor. El reciclaje tiene el potencial al respecto.

Como mencioné, trabajamos con Fantástico Sostenibilidad con Plástico dentro del programa AL-INVEST Verde, donde también vamos a abordar el sector agro: cómo se maneja el plástico y qué impacto tiene.

¿Qué rol tiene el programa AL-INVEST Verde en la iniciativa y el país?

El programa AL-INVEST Verde es un programa de financiamiento de la UE. Consiste en una inversión concreta, técnica, de cooperación internacional para el desarrollo de pymes, y de empresas que piensen en economía verde. Ese es el futuro del Perú como proveedor de soluciones o de productos y servicios verdes, conscientes y que puedan atender las exigencias del mercado europeo, por ejemplo.

¿Piensan contactar con otras entidades o gremios desde Fantástico Sostenibilidad con Plástico?

Además, trabajamos con la Cámara de Comercio de Lima. Ellos son agentes del programa AL-INVEST Verde en Perú. Articulamos con diferentes gremios, también con la Asociación PYME. Nos orientamos de la forma más transversal posible, porque la idea es realmente replicar. No es una iniciativa que busque desarrollarse solo dentro de la Cámara Peruano-Alemana o de la UE, sino que se propone replicar. Vale resaltar que es abierta al público. Todos los gremios que quieran sumarse, pueden hacerlo. Contamos, asimismo, con una herramienta que pueden utilizar y ver cómo les va con su gestión del plástico, la cual es gratuita.

¿En qué consiste esta herramienta?

Es una aplicación digital y también web. Se llama Fantasticómetro. Es un termómetro para medir qué tan fantástico eres con la gestión del plástico. La iniciativa posee una comunicación bastante lúdica, ya que la idea no es tener conceptos tan técnicos que sean tediosos; sino que sean atractivos para desenfocarnos a veces de un lenguaje tan corporativo y ser realmente más fantásticos..



César Rivera Wilson,
Gerente general de
Pacífico Seguros



“HEMOS LOGRADO QUE LA SOSTENIBILIDAD ESTÉ INMERSA EN EL MODELO DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA”

En esta Entrevista Central, César Rivera Wilson, gerente general de Pacífico Seguros, conversa con *Stakeholders* sobre la importancia de la sostenibilidad dentro de las actividades de la compañía. Además, aborda cómo el enfoque ESG (Environmental, Social and Governance) es aplicado en las diferentes iniciativas que desarrollan con la finalidad de, por ejemplo, generar una mayor inclusión en seguros en favor de todos los peruanos.

POR RENZO ROJAS
 rojas@stakeholders.com.pe

En un balance, ¿cuáles son los resultados de su estrategia de sostenibilidad?

Desde hace años venimos integrando la sostenibilidad en nuestra estrategia de negocio y, en este proceso, reflexionamos sobre el compromiso que asumimos con la sociedad y en cómo trabajar para mejorar la cultura de prevención y disminuir la brecha de aseguramiento de los peruanos. En esa línea, determinamos frentes de trabajo que responden a criterios ESG, que guían nuestros esfuerzos, siendo la inclusión en seguros y la educación en prevención los más importantes para nuestra compañía, ya que tienen un impacto social directo en el desarrollo del país.

A la fecha podemos decir que de los más de 5 millones de clientes que

confían en nosotros, el 40 % están protegidos con alguno de los 9 productos inclusivos –optativos, con primas desde los S/4 al mes– que lanzamos de la mano de nuestros socios estratégicos Mibanco y BCP. No solo eso, sino que en los últimos 3 años hemos acompañado a más de 58 mil personas, desembolsando más de S/134 millones en pagos por siniestros.

Pero sabemos que no hay inclusión sin educación, por eso me enorgullece decir que en Pacífico contamos con un Modelo de educación y prevención integral, que cuenta con diversos programas que llegan a segmentos y perfiles distintos con contenido de calidad. Así, en el año 2022 llevamos educación financiera especializada en seguros, a casi 1 millón de personas.

Alinear nuestros objetivos de negocio a la estrategia de sostenibilidad nos da la satisfacción de trascender, como empresa y equipo humano, en la sociedad, en línea con nuestro propósito de proteger la felicidad los peruanos.

Desde su core business, ¿cuáles serían los retos o desafíos que se enfrentan en el sector en materia de sostenibilidad?

Como es sabido, la penetración de los seguros en Perú se mantiene en menos del 2 % del PBI, lo que nos coloca entre los países con menos asegurados de la región. Además, existe poca cultura de prevención, a pesar del riesgo a eventos de la naturaleza a los cuales está expuesto nuestro país –ya lo vemos ante sucesos como Yaku o el Fenómeno del Niño–, lo que se



Sabemos que no hay inclusión sin educación, por eso me enorgullece decir que en Pacífico contamos con un Modelo de educación y prevención integral.

traduce en miles y miles de familias, sobre todo aquellas más vulnerables, que se encuentran en considerable riesgo de tener un impacto económico y familiar.

Esta realidad sustenta una de nuestras principales aspiraciones de sostenibilidad y que se encuentra directamente ligada a nuestro *core business*: ser impulsores de la inclusión en seguros en el país. Por ello, a pesar de ya contar con avances, sabemos que no es suficiente. Nuestro desafío y meta es, al 2025, proteger a más de 7 millones de peruanos, 4 millones de ellos con productos y soluciones inclusivas.

Y para lograrlo nos retamos a seguir innovando para generar soluciones que logren proteger a nuevos segmentos, con canales de atención alternativos y que atiendan a sus necesidades específicas.

Desde su papel de inversionista, ¿cómo es que despliegan estos lineamientos?

Efectivamente, como aseguradora y como parte del Grupo Credicorp, hemos asumido ese alto nivel de responsabilidad, comprometiéndonos con las Inversiones sostenibles como uno de nuestros frentes de trabajo ESG. Así, somos la primera aseguradora de la región en adherirse al PRI (*Principles in responsible investement*). No solo contamos con políticas de exclusión de inversiones para sectores controversiales como armamento, tabaco, carbón, entre otros; y criterios transversales de no invertir en actividades ligadas a corrupción y/o que atenten a los Derechos Humanos; sino que venimos implementando la estrategia de integración ESG, identificando los indicadores más relevantes para una evaluación de la sostenibilidad de las empresas donde invertimos y del portafolio en gene-

ral. A la fecha hemos logrado evaluar el 70 % de nuestra cartera total de inversiones, con cifras resaltantes en Renta local (+70 %) y Renta Exterior (90 %).

Esto es reforzado a través de capacitaciones y certificaciones para el equipo y el establecimiento de políticas y gobierno para la sostenibilidad de las inversiones. Lo más reciente al respecto es la publicación de nuestra Política de Relacionamiento Activo, que determina el compromiso y enfoque para promover mejores prácticas ESG en nuestros emisores de deuda, y así desempeñar efectivamente nuestro rol como inversionistas responsables.

En ese sentido, ¿qué lugar ocupa la estrategia de sostenibilidad dentro de la estrategia de negocios de la empresa? ¿Con qué ejes cuentan al respecto?

La estrategia de sostenibilidad está conformada por 4 ejes o frentes de trabajo principales: Inclusión financiera en seguros, Educación en seguros y prevención, Simplicidad y transparencia, e Inversiones sostenibles. Estas plataformas, además, se complementan con habilitadores como la gestión ambiental, acciones de responsabilidad social, riesgos y otros, que potencian nuestro desempeño sostenible y están alineadas a la estrategia de sostenibilidad desarrollada por Credicorp.

Lo que me gustaría resaltar es que hemos logrado que la sostenibilidad esté inmersa en el modelo de negocios de la empresa. Así, la ejecución de las diversas acciones de esta estrategia se realiza a nivel de toda la organización con responsabilidades, metas y *accountability*, que recaen en diversos equipos de negocio.

¿Cómo resumirían las iniciativas que plantean desde los tres frentes ESG?

Desde el frente de impacto ambiental directo, podemos decir que somos la

primera aseguradora carbononeutral del Perú. Venimos midiendo, gestionando y compensando nuestra huella ambiental por más 10 años logrando que nuestras emisiones de CO2 registren una reducción promedio de 7.28 % anual -sin contar 2020 y 2021-, y compartimos con Credicorp el objetivo de reducir nuestros impactos en 10 % anual.

Por el lado social, dos de nuestros principales frentes abarcan tanto la Inclusión Financiera como la Educación Financiera, al ser componentes clave en el desarrollo social y económico de nuestro país. Así, nos comprometimos en masificar los seguros y respaldar a las familias, incrementando su resiliencia ante a imprevistos que afecten su economía, evitando que retornen a niveles de pobreza. Por ello, nos aliamos con Mibanco y BCP a fin de llegar, más y mejor, justamente a los segmentos no atendidos tradicionalmente, con seguros optativos y de bajo costo. En el 2022, junto a Mibanco, lanzamos Tu Plata Segura, producto que protege el dinero que retires en ventanilla ante robos y asaltos, desde S/5.90. Y así como este producto, planeamos nuevos lanzamientos importantes este año.

Por el frente de Educación, potenciamos nuestro Modelo de Educación y

prevención innovando formatos en los 3 programas que lo componen: “Comunidad Segura” enfocada en llevar educación en prevención a poblaciones vulnerables, el “ABC de Pacífico” que busca demostrar la importancia de los seguros y “Protege 365” nuestro programa de prevención de riesgos empresariales para nuestros clientes corporativos.

Y, finalmente, desde Gobierno Corporativo publicamos el año pasado las políticas corporativas de Sostenibilidad, Donaciones, Derechos Humanos, y Ambiental. Además, complementamos nuestra política de Inversiones Responsables con la nueva Política de Relacionamiento Activo, que promueve buenas prácticas ESG entre nuestros emisores de deuda y obtu-

vimos la certificación ISO 37001 por nuestro sistema de Gestión antisoborno.

La educación financiera y la prevención son constantes en sus acciones ¿Cómo han abordado, precisamente, este aspecto dentro de todo lo que vienen haciendo?

El ABC de Pacífico es nuestro proyecto de más larga data y a través del cual logramos impactar en más de 4.7 millones de personas con información utilitaria sobre la importancia de los seguros. Para el 2023 esperamos superar los 5 millones de personas impactadas y lograr más de 1 millón educados en seguros a partir del desarrollo de iniciativas innovadoras como el videopodcast “En Letras Grandes” y el show web “Salado & Piña”.



Con el programa Comunidad Segura, que va por su segundo año de lanzamiento, logramos sensibilizar a más de 8 millones de personas en la campaña conjunta junto a RPP y hemos capacitado directamente a más 20 mil familias y emprendedores en prevención de riesgos, ayudándolos a prevenir y prepararse ante riesgos como sismos, incendios, inundaciones y más, logrando hogares y negocios más seguros. Este año capacitaremos a más de 30 mil personas, entre microempresarios y comunidades vulnerables; y tenemos en marcha el podcast Lima 8.8, un proyecto innovador que realizamos en alianza con RPP, con el que hemos logrado mantenernos en el top 10 de podcast más escuchados en Perú a través de Spotify, llegando a 2 millones de personas que han accedido a contenido educativo, entre oyentes del podcast, usuarios que han descargado el material educativo, y escuchas de contenidos de prevención.

Para nuestros clientes empresa implementamos Protege365, que solo en el último año logró que más de 2,200 empresas se sumen, recibiendo

acompañamiento para crear juntos entornos laborales más seguros, beneficiando a más 40 mil trabajadores de dichas empresas con capacitaciones para la prevención de accidentes y riesgos laborales. Esto resultó en una importante reducción en accidentes: 1,200 accidentes laborales menos al año en empresas usuarias del programa.

¿Cuál ha sido el resultado de todos estos esfuerzos? ¿En qué ODS impactan?

Sabemos lo importante que es hoy, para todos, que los esfuerzos de nuestras organizaciones contribuyan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por ello, a través de nuestras acciones de sostenibilidad impactamos en diversos ODS. Por ejemplo, nuestra plataforma de inclusión financiera, que viene protegiendo a más de 2 millones de personas, contribuye al ODS 10 Reducción de las desigualdades. Por otro lado, nuestras acciones de la plataforma de educación financiera (Comunidad Segura, ABC de Pacífico y Protege365), que nos ha permitido educar a casi 1 millón de personas en el 2022, impactando en los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento

económico), ODS10 (Reducir las desigualdades en y entre los países) y ODS11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles). La plataforma de simplicidad y transparencia impacta en el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas); la de Inversiones Sostenibles contribuye directamente al ODS 13 (Acción por el clima) y ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico). Sin duda hemos tenido grandes avances en nuestra estrategia de sostenibilidad lo que demuestra su compromiso, pero sabemos que no es suficiente, por eso seguimos buscando nuevas formas de escalar nuestro impacto sostenible.

¿Cómo el área de Sostenibilidad te ha involucrado activamente en sus iniciativas ESG?

Para Pacífico es un gran avance haber logrado un modelo robusto de gobierno de la sostenibilidad, con puntos de contacto establecidos que me permite a mí y a los demás líderes de la compañía participar de forma constante. Por ejemplo, a través del SteerCo de Sostenibilidad con el Comité de gestión, cada bimestre se nos presentan los



avances alcanzados, damos *feedback* y *sponsorship* en temas clave, y estamos actualizados en la planificación y balances periódicos de la estrategia de sostenibilidad.

Además, contamos con tableros estratégicos de desempeño de la compañía, los cuales impactan directamente en la medición de desempeño de todos en Pacífico, incluyendo a la plana gerencial. Uno de esos tableros estratégicos es el de Sostenibilidad, donde se han definido indicadores y metas, que son monitoreadas mes a mes, y tienen visibilidad en los más altos órganos de gobierno: Comité de gestión y Directorio. Este nivel de incorporación de metas promueve e incentiva que tanto yo como mi equipo estemos involucrados en el desempeño de Pacífico en materia de sostenibilidad.

¿Desde cuándo vienen elaborando su reporte de sostenibilidad y cómo han podido involucrar también a los clientes o difundir en ellos lo trabajado?

Venimos elaborando reportes de sostenibilidad desde el 2012. Primero el reporte estaba enfocado en las acciones de Responsabilidad Social y Medio Ambiente, y a partir del 2018 se estableció como Reporte de Sostenibilidad. Este reporte se difunde a nuestros clientes, sociedad y grupos de interés en nuestros canales de redes sociales y la página web, además del reporte anual a la SMV. Nuestro reporte tiene como objetivo mostrar el desempeño en ESG, así como fomentar la transparencia de nuestras acciones y sus resultados. Lo trabajamos considerando los estándares GRI (Global Reporting Initiative), SASB (Sustainability Accounting Standards Board), Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo Sostenible.

¿Qué proyectos o acciones tienen planeado a corto, mediano y largo plazo para seguir apostando por el tema de la mano de Credicorp?

Nuestra estrategia de sostenibilidad tiene tres grandes objetivos: crear una economía más sostenible e inclusiva,



Nuestra estrategia de sostenibilidad tiene tres grandes objetivos: crear una economía más sostenible e inclusiva, mejorar la salud financiera de los ciudadanos y empoderar a las personas para prosperar.

mejorar la salud financiera de los ciudadanos y empoderar a las personas para prosperar. En esa línea, estamos enfocados en seguir potenciando nuestras acciones para poder tener más peruanos protegidos.

Por otro lado, en el mediano y largo plazo, vamos a reforzar nuestra estrategia ambiental empresarial, alineada a Credicorp, debido a que, en un escenario de impacto del cambio climático, la industria de los seguros está entre las más afectadas. Credicorp busca ser un líder en la transición a una economía ambientalmente sostenible mediante la generación de capacidades y conocimiento que impulsen los negocios sostenibles y gestionen de forma temprana los riesgos ambientales.

Finalmente, ¿cuál es el compromiso que reafirma Pacífico Seguros con el

Perú en favor de la sostenibilidad y, por supuesto, para entregar el mejor servicio a sus clientes?

En los últimos tres años tomamos decisiones importantes que nos impulsaron en nuestro propósito de proteger la felicidad de cada vez más peruanos. Al integrar a la sostenibilidad en nuestra estrategia de negocio, decidimos mirar con aún más compromiso y responsabilidad nuestro rol para mejorar la inclusión y protección de los peruanos. En Pacífico Seguros queremos ser la aseguradora sostenible líder del país, y para lograrlo, continuaremos innovando con el fin de brindar a los ciudadanos peruanos un mayor acceso a seguros. Solo de esta manera, al educar, innovar y poner foco a la experiencia de las personas, lograremos que más peruanos puedan perseguir sus sueños con la tranquilidad de saber que cuentan con nuestro respaldo. ..

MENOS ES MÁS



ÚRSULA VEGA BENAVIDES
 Experta en Imagen y Relaciones Públicas

“Menos es más” es un concepto que consiste en que, en muchas situaciones, una menor cantidad de algo puede ser más efectiva o valiosa, lo que nos invita a reflexionar sobre la importancia de enfocarnos en lo esencial para lograr una vida más satisfactoria. En las relaciones interpersonales, significa que es fundamental que la comunicación sea clara y concisa, hablar menos y escuchar más para comunicarnos mejor, mostrar interés por la otra persona y por supuesto la calidad del tiempo que le dedicamos. Para tener un buen relacionamiento en los negocios, sugiero tener en cuenta:

Red de contactos: Para construir nuestra red de contactos, se aplica también este concepto “menos es más”, con la finalidad de que sea más poderosa y valiosa. Es decir, centrarse en la calidad más que en la cantidad, enfocándonos en las relaciones que aportan valor real a nuestra vida profesional o personal. Y, por supuesto, cultivar estas relaciones ya existentes para mantener los contactos actualizados, en lugar de buscar nuevos. Es mejor establecer relaciones genuinas invirtiendo tiempo en conocer sus intereses, necesidades y preocupaciones.

Eventos de networking: Cuando asistimos a estos eventos, es preferible ser selectivo y participar en aquellos que son relevantes y nos puedan proporcionar una verdadera oportunidad para establecer contactos valiosos. Si es uno solo, ¡también es válido! Lo importante es tener una buena interacción y diálogo para darnos a conocer, así como intercambiar experiencias para vincularnos mejor.

Comunicación efectiva: En lugar de enviar correos masivos impersonales, es mejor mantener una comunicación personalizada con cada contacto. Esto ayuda muchísimo a establecer relaciones cercanas y duraderas.

Redes sociales: Y para los que afianzamos nuestra red de contactos a través de las redes sociales, “menos es más” se aplica al momento de compartir contenido. Los usuarios de estas plataformas digitales pueden verse abrumados por la gran cantidad de publicaciones o información, lo que puede llevar a que pierdan interés o dejen de seguir a un perfil determinado. Es mejor centrarse en compartir contenido relevante y no saturar a nuestra comunidad con publicaciones innecesarias. Esto ayuda a mejorar la percepción de la empresa y lograr un mejor posicionamiento de marca personal, convirtiéndonos en un referente en nuestro sector.

Cuanto más inviertas en *networking*, más valor tendrás; y mientras más variada y plural sea nuestra red de contactos, más ventajosa será. ..



RECURSOS HUMANOS VS. RECURSOS VOLUNTARIOS



ROBERTO RAVAGNANI
 Consultor especialista en voluntariado,
 responsabilidad social empresarial y ESG

■ ¿Sabías que RR.HH. (recursos humanos), gestión de personas, formación, desarrollo u otro nombre que le den a esta área en las empresas pierde tiempo y oportunidad al no adoptar el voluntariado como herramienta de formación?

Si no lo sabías, ahora lo sabes. Es una pérdida de oportunidades para estimular el voluntariado y trabajar conjuntamente con el área de Sostenibilidad, ESG o Responsabilidad Social y poner en la agenda el voluntariado como herramienta para preparar a los empleados.

Obviamente, no estoy aquí alentando el uso de esta herramienta solo por la posibilidad de formación, sino que es una de las posibilidades que hay que pensar para ponerla en práctica dada su eficacia, su carácter humanitario y sus resultados, tanto para quienes la practican como para quienes la reciben.

El aprendizaje por trabajo voluntario se lleva a cabo de forma anónima. No necesitamos decir lo que estamos enseñando, necesitamos hacer y luego cosechar los resultados, pero estos resultados serán diversos: los empleados tendrán el aprendizaje y la satisfacción de haber participado en una acción social, que recibirán las enseñanzas, tendrán la alegría de haber recibido

algo que necesitaban, el ejemplo de las personas que dejan sus quehaceres para cuidar un poco de los demás.

La sociedad gana porque tendrá mejores personas, preocupadas unas por otras y una visión real de la sociedad en la que estamos insertos. La empresa también gana con el refuerzo de marca, en el cambio de visión de los empleados en relación a la empresa y en la ejecución de parte de su programa ESG, tan propagado hoy en el entorno corporativo.

No deja de ser importante recordar que el voluntariado por sí solo ya aporta conceptos importantes a la cultura de las empresas, como la igualdad de género, la inclusión, el respeto a la diversidad, la lucha contra el etarismo, el racismo, entre muchos otros.

También puedo citar un dato importante para la mayoría de las empresas: la inversión, que es mucho menor al utilizar esta herramienta que cualquier otro tipo como charlas, talleres, cursos etc.

Además es posible agregar viajes para fomentar el trabajo voluntario: ¿qué tal ir a una comunidad para ejercer una actividad social en lugar de ir a Las Vegas? Puede parecer utópico, pero es posible, siempre y cuando la empresa deje claros sus valores a sus empleados.

Por lo tanto, usar esta herramienta es una acción en la que todos ganan, donde solo tenemos ganadores. ..



MODA SOSTENIBLE, UNA OPORTUNIDAD PARA CUIDAR EL PLANETA Y VESTIRSE BIEN

Dar un segundo uso a algunas prendas, fabricar algunas vestimentas con el objetivo que tengan una mayor duración, son solo algunas de las acciones sostenibles que se vienen ejecutando en la industria de la moda, la segunda más contaminante del mundo.

POR DENISSE TORRICO
dtorrigo@stakeholders.com.pe

La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo, según la Organización de las Naciones Unidas. Produce más emisiones de dióxido de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos. Su consumo, además, se caracteriza por un sistema *fast fashion*: usar y tirar.

“A pesar de que los consumidores jóvenes son más conscientes y les importa más la sostenibilidad, la realidad es que ahorita el mercado de la moda está absolutamente dominado por el *fast fashion*. Es una industria que se ha convertido en la segunda más contaminante del mundo y tiene que ver mucho con lo desechable que es la ropa hoy en día”, explica Andrés Chávez, gerente de Marketing de Incalpaca, a Stakeholders.

Añade que los residuos textiles son responsables de hasta un 8 % de las emisiones mundiales de carbono y de un 9 % de los microplásticos liberados anualmente en los océanos.

Para Chávez, el bajo precio de las prendas es un aliciente para comprar y desechar a un ritmo acelerado. A este impacto ambiental negativo, se le suman múltiples casos de trabajo en condiciones de esclavitud.

Los vertederos de ropa cada vez más grandes

Los vertederos de ropa son cada vez más visibles y un tema de preocupa-



ción. El más grande, ubicado en el desierto de Atacama de Chile, ya es fotografiado por los satélites debido a su excesivo tamaño.

El 10 de mayo de este año, los desarrolladores de una aplicación de fotografía y video satelital (SkyFi) publicaron una foto en un blog, donde se aprecia el gran contenido de vestimentas desechadas.

Cabe mencionar que allí se llevan prendas fabricadas en Bangladesh o China y enviadas a tiendas minoristas en los EE. UU., Europa y Asia, según Agence

France-Press. En el 2021 se botaron al menos 39 000 toneladas de esa ropa.

Hay otros casos en el mundo. Según una investigación de Clean Up Kenya y Wildlight, la Unión Europea envió a Kenia, en el 2021, más de 112 millones de prendas de segunda mano. En ese año, el país africano recibió 900 millones de vestimentas procedentes de todo el mundo.

Un cambio necesario hacia la sostenibilidad

La moda sostenible es una práctica

donde se utilizan prendas libres de químicos y procesos contaminantes. Es una alternativa en la que se pueden ver cambios a favor del medio ambiente debido a los recursos que se emplean. Sin embargo, aún hay muchas acciones que se deben promover para seguir impulsándola.

¿Se pueden afrontar los costos de la moda sostenible? La moda sostenible es más conveniente y más barata que comprar ropa del *fast fashion*, indica Andrés Cháves, gerente de Marketing de Incalpaca. Y es que la durabilidad de algunos productos termina provocando que se compre menos en un determinado tiempo.

“Nosotros tenemos una gran ventaja que es que trabajamos con la fibra de alpaca, entonces por *default*, por el sencillo hecho de trabajar con la fibra de alpaca, ya estamos dentro de la categoría de moda sostenible”, explica.

Las prendas de Kuna no solo son originales, sino también sostenibles. “Tenemos la ventaja de trabajar con la fibra de alpaca que es un recurso que permite crear prendas ecoamigables, que pueden durar décadas y pasan de generación en generación. Además, esta especie es amigable con el medio ambiente, se cría en zonas donde no es necesario destinar tierra o agua para cosechar sus alimentos porque consume pastos naturales. Es un animal muy eficiente, que produce una fibra duradera”, sostiene Cháves.

Combatiendo el *fast fashion*

Más de siete de cada diez materiales que entran en la industria textil terminan quemados o en la basura. A lo que habría que sumarle el 12 % de los lotes defectuosos que nunca llegan al mercado. Después de su uso, solo el 15 % se reutiliza o recicla. Este escenario alienta el cambio climático.

Con el objetivo de frenar estas prácticas, nació la Alianza de la ONU para una Moda Sostenible. Esta es una organización que busca unir a diferentes

actores para que la moda sea un motor a favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para cumplir con la Agenda 2030, el sector textil debe vivir una auténtica transformación. El modelo circular tiene que abarcar tanto a la gestión de residuos como a la extracción de materias primas, la fabricación, su logística y distribución. ¿Por qué? Porque cada uno de estos procesos posee una huella ambiental.

En Perú existen algunas organizaciones que también luchan por esta misma causa. La Asociación de Moda

midores hacer uso responsable de las prendas que tienen o compran. Según datos de la Fundación Ellen McArthur, la mitad de la ropa que fabrican las cadenas de moda rápida acaba en la basura en menos de un año.

Pero ¿qué hacer? El primer paso para empezar a consumir mejor es estar informado. Según una investigación de la consultora McKinsey, nueve de cada diez consumidores de la Generación Z creen que las empresas tienen la responsabilidad de abordar los problemas ambientales y sociales, mientras que el 54 % está dispuesto a gastar un 10 % más en productos sostenibles.



Sostenible del Perú (ASMP), por ejemplo, promueve la moda sostenible mediante la exhibición de colectivos locales, artistas y creativos peruanos que trabajan con recursos como el algodón, algodón nativo de colores, alpaca, lana, entre otros. Esto con la finalidad de extender la red de involucrados y apasionados por la sustentabilidad dentro de la industria de la moda. Para Mirva Trujillo, presidenta de ASMP, nuestro país tiene la materia prima necesaria para que la industria textil sea totalmente sostenible.

¿Qué podemos hacer los consumidores?

Si bien la contaminación se viene combatiendo desde el lado empresarial, también está en manos de los consu-

También hay opciones como intercambiar prendas, venderlas, transformarlas o depositarlas en un contenedor de reciclaje.

Asimismo, existen otras acciones:

- Elegir materiales sostenibles: optar por materiales orgánicos, reciclados y respetuosos con el medio ambiente.
- Elegir marcas sostenibles: investigar y elegir marcas que se comprometan a usar materiales sostenibles y prácticas de producción éticas.
- Reducir el consumo: la forma más sostenible de consumir moda es reducir la cantidad de ropa que compras.
- Cuidar tus prendas: asegúrate de lavar y cuidar tus prendas de forma adecuada para prolongar su vida útil. ..

MODA CONSCIENTE: EL NUEVO LUJO ES ARTESANAL Y FEMENINO

Por **ORNELLA PAZ**
Fundadora & CEO Quranteby

En Latinoamérica existen alrededor de 64 millones de mujeres de zonas rurales que se dedican a la artesanía. En Perú, la población artesanal se ha reducido aproximadamente en un 90 % en los últimos 15 años por falta de oportunidades, y el 71 % de artesanos inscritos en el Registro Nacional de Artesanos (RNA) está representado por mujeres artesanas.

Por donde lo miremos, la presencia de la mujer en la cadena de valor de la artesanía, los textiles y la moda es histórica, virtuosa, y en estos tiempos, muy oportuna. Y resalto “oportuna” porque somos conscientes de que la industria de la moda a nivel global está despertando y entendiendo el sentido de urgencia de cambio en sus modelos de producción, considerando los criterios ESG en las estrategias de sus negocios.

Factores que, sin la necesidad de conocerlos a profundidad, muchas mujeres artesanas y emprendedoras peruanas los consideran en sus procesos de producción. En este momento, el presente, cuando su rol toma mayor relevancia y sentido como protagonistas del aporte a un cambio en el modelo lineal de producción y consumo que tanto impacto negativo genera en el planeta y las personas a nivel mundial.

Sus productos son elaborados a partir de técnicas milenarias que nos recuerdan nuestra historia y cultura, y cautivan a los extranjeros; emplean fibras naturales y materiales innovadores que nos dibujan los ciclos de la naturaleza, y practican el slow fashion, recordándonos que la producción



inteligente es mejor que la sobreproducción, proponiendo así, una nueva forma de hacer moda en Perú.

Sin embargo, enfrentan muchos retos que desafían su avance sobre una base de incertidumbres y con un nivel poco atractivo de competitividad como es el acceso al financiamiento para escalar sus negocios, solo una mujer de cada 7 hombres lo obtiene. A esto se suma, la ausencia de habilidades comerciales y tecnológicas para escalar a nuevos mercados, y la “ruptura” del lazo con las nuevas generaciones de sus familias que optan por otras actividades, rompiendo con la práctica genuina de amplificar la difusión de su identidad y cultura.

En este sentido y desde el deseo de hackear esta realidad, nace Quranteby, startup social liderada por mujeres con un modelo innovador que cura y conecta moda consciente hecha por artesanas y emprendedoras peruanas con consumidores locales y extranjeros. Como empresa social, Quranteby cree y apuesta en negocios liderados por mujeres como una fuerza para el bien y trabaja en disminuir la desigualdad de género, impulsar el comercio justo e inspirar la producción y el consumo responsable.

El 87 % de los negocios de la plataforma de Quranteby son liderados por mujeres de la costa, sierra y selva de nuestro país. Quranteby se centra en las personas y una plataforma omnicanal donde la tecnología y el retail tradicional son los medios para realizar la comercialización colectiva e inclusiva, exponer la trazabilidad de los productos y educar a los consumidores sobre el impacto de sus compras.

Inspiradas y alineadas al ODS 17, Quranteby trabaja a partir de las alianzas estratégicas para generar impacto colectivo, dando como resultado la alianza con la cadena de hoteles Selina para implementar corners en sus zonas retail, y ha cocreado su primera colección cápsula de moda sostenible hecha de upcycling de algodón e hilos de botellas de plástico PET reciclado, junto a artesanas de la comunidad Shipibo-Konibo de Ucayali y su aliado, Topitop.

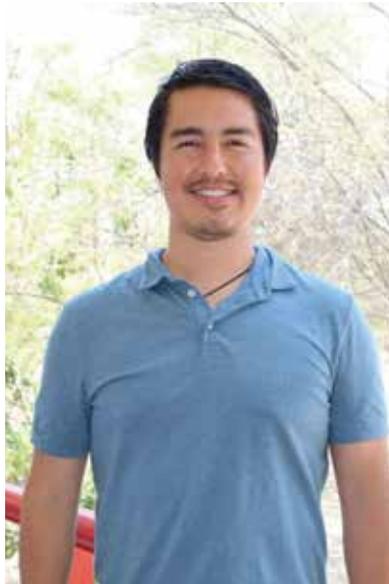
En Quranteby apostamos por la creación de canales digitales para llevar el mensaje de consumo responsable a más personas, así también creamos espacios físicos estratégicos que esperamos incrementar en destinos turísticos además de hoteles y aeropuertos, y seguir vistiendo espacios de moda consciente peruana..

MODA SOSTENIBLE: BIOTECNOLOGÍA Y CONSERVACIÓN DE ECOSISTEMAS

En los últimos años y aunque falta mucho por remar, la industria de la moda ha demostrado un creciente interés en la sostenibilidad y la conservación del ambiente a través del concepto de moda sostenible. En este enfoque la combinación de biotecnología y moda sostenible ofrece oportunidades innovadoras para reducir el impacto ambiental y fomentar la conservación de ecosistemas valiosos, como la Amazonia, en Perú al tener una superficie Amazónica, según el Minam, de 782 880 km², equivalente a más del 60 % del territorio total. Tenemos muchas razones para darle el valor y vital que se merece, más aún si consideramos una ventaja comparativa peruana: la biodiversidad. Por ello se destacan ejemplos y elementos clave que pueden orientarnos a ver formas de hacer empresa y usar mejor los recursos próximos:

Utilización de materiales sostenibles: Empresas como Stella McCartney en colaboración con el startup californiano Bolt Threads utilizan seda de araña sintética producida a partir de levaduras modificadas genéticamente en lugar de la seda animal convencional. Esto reduce la necesidad de criar y sacrificar arañas, a la vez que disminuye el impacto ambiental asociado con la producción de seda convencional. De la misma forma dicha colaboración impulsó el uso del producto Mylo procedente del micelio de hongos para la elaboración de un biomaterial con características muy similares al cuero animal. ¿Cuántos tipos de arañas y hongos se podrían investigar y desarrollar en nuestra Amazonia?

Innovación en textiles y calzado a partir de recursos naturales: La empresa brasileña Amni Soul Eco es un ejemplo destacado de integración



POR CRISTIAN GUTIÉRREZ
Fundador Ronin Shoes. Docente a tiempo parcial UTEC

entre moda y conservación en la Amazonia. Han desarrollado un hilo biodegradable a partir de la cáscara de plátano y la pulpa de piña. Estos materiales ofrecen una alternativa ecológica a las fibras sintéticas convencionales y ayudan a preservar los ecosistemas naturales al reducir la dependencia de materiales derivados del petróleo. Asimismo, la empresa Peruana Ronin Shoes, desarrolla calzado con suelas de látex de shiringa o caucho natural, integrando y transformando dicho insumo trabajado con comunidades Amazónicas en un producto final que apunta a seguir integrando nuevos materiales de la biodiversidad de manera sostenible. ¿Qué potencial de plantas, frutas, cortezas, entre otros podríamos encontrar en la Amazonia para integrarlos a la Moda Sostenible?

Aplicación de técnicas de biotecnología para reducir la dependencia de las pieles animales y ganadería: Te-

nemos el caso de Modern Meadow, empresa que ha utilizado la biotecnología para producir “cuero vegetal” a partir de células de levadura modificadas genéticamente. Este enfoque elimina la necesidad de criar y sacrificar animales para obtener cuero, contribuyendo a la conservación de especies y la protección de la biodiversidad en la Amazonia, esto debido a que ya no es necesario deforestar grandes extensiones de bosques para ampliar la frontera ganadera. ¿Qué organismos podríamos encontrar en la Amazonia para lograr soluciones similares de “cueros vegetales”?

En un país tan megadiverso como el nuestro debemos incorporar la idea de que, así como hemos visto que las industrias de extracción pueden generar ingresos con todo el reto que ello implica en el ámbito social-ambiental, la pesca y acuicultura, la industria naval y la agroexportación, también debemos mirar a ese otro gran “ecosistema vivo” que lo hemos tenido enfrente presente en la biodiversidad que es clave para nuestro desarrollo en las próximas décadas. Es importante comenzar con la conservación de bosques y la investigación de los recursos de la gran biodiversidad peruana integrando sociedad civil, empresas, academia y gobierno. ¿Cuántos materiales sostenibles, alimentos, medicinas podremos encontrar en nuestra Amazonia? El reto está ahí, y felizmente tenemos ejemplos analizados que nos muestran una luz y un gran camino por recorrer. En este espacio se enfocó en moda sostenible como catalizador, pero las posibilidades en otros ámbitos son innegables, estoy seguro de que se vienen grandes desarrollos para el Perú. ..



MACHU PICCHU: UN MODELO DE ECONOMÍA CIRCULAR

..... POR MARIO ANTÚNEZ DE MAYOLO

..... mantunezdemayolo@stakeholders.com.pe

En mi reciente visita a Machu Picchu en mayo de 2023, no solo quedé asombrado por la inigualable belleza y riqueza histórica que alberga este lugar, sino también por el profundo compromiso de su gente con la sostenibilidad y la mitigación del cambio climático.

Desde su reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1983 y su designación como una de las Siete Maravillas del Mundo Moderno en 2007, Machu Picchu ha brillado como una joya arqueológica para Perú y el mundo. Pero su valor va más allá de su majestuosa arquitectura; es también un ecosistema frágil y singular, refugio de especies endémicas como el oso andino, además de una gran variedad de aves y orquídeas.

Sin embargo, este ecosistema ha enfrentado crecientes amenazas, siendo la gestión de residuos en la zona un desafío significativo. La ubicación de Machu Picchu en un valle, con el tren como única vía de acceso y salida, ha agravado este problema, a tal punto que en 2016 la UNESCO evaluó su inclusión en la lista de Patrimonios Mundiales en Riesgo.

Frente a este desafío, en octubre de 2020, se anunció una meta ambiciosa: convertir a Machu Picchu en la primera Maravilla del Mundo y el primer destino turístico internacional con certificación carbono neutral. Esta iniciativa ha reunido a diversas organizaciones, tanto públicas como privadas, y ha contado con el apoyo de aliados clave como el Grupo AJE, la cadena de hoteles Inkaterre y la

Municipalidad Distrital de Machu Picchu.

El primer paso en esta misión fue calcular la huella de carbono de Machu Picchu, lo que también permitió identificar las actividades críticas que impactan en el clima y establecer la gestión para transformar a la ciudad en un lugar de bajas emisiones de carbono.

Para mejorar la gestión de residuos, se implementaron diversas iniciativas para promover modelos de economía circular enmarcadas en el ODS 12: Producción y Consumo Responsable. Se pueden destacar las siguientes:

- **Compactadora de Residuos Plásticos:** Dos compactadoras donadas por agua CIELO e Inkaterre para Machu Picchu Pueblo y el Camino Inca, cada

una con capacidad de procesar 7 toneladas diarias de plásticos PET.

- **Planta de Biodiésel:** Evita la llegada de mil galones de residuos de aceite vegetal al río Vilcanota, generando oportunidades de trabajo en la producción de combustible ecoamigable y en glicerina libre de químicos.
- **Pirrolizador de Residuos Orgánicos:** Procesa basura orgánica a altas temperaturas para la obtención de biocarbón y evita la emisión de Gases de Efecto Invernadero (Metano). El biocarbón generado es usado por la comunidad como abono y por el Sernanp en sus tareas de reforestación del santuario.
- **Trituradora de vidrio:** Produce arena a partir de vidrio triturado, con lo cual se mitiga la extracción de arena de las riberas del río Vilcanota y se reduce la erosión que pone en peligro la integridad de Machu Picchu Pueblo.

Estas medidas han demostrado tener un efecto multiplicador: no solo han logrado preservar el medio ambiente, sino que también han impulsado la calidad de vida de la población. Han puesto de manifiesto que el crecimiento económico y la sostenibilidad pueden coexistir de manera armoniosa. La implicación activa de la comunidad en la separación de desechos en fuente y la creación de nuevas oportunidades laborales derivadas de la correcta gestión de los residuos son ejemplos palpables de esta sinergia positiva.



“El proyecto Machu Picchu es una realidad gracias a la alianza entre el sector público y privado. Me gustaría resaltar lo importante que es estar alineados al ODS 17 para potenciar el impacto de nuestras iniciativas en sostenibilidad”, señala Gianina Jiménez, jefa de Comunicaciones, Sostenibilidad y Asuntos Corporativos en Grupo AJE Perú.

El viaje de Machu Picchu hacia la sostenibilidad y la acción climática es un modelo a seguir en la gestión y la protección del patrimonio cultural y natural; y como parte de este compromiso, en Machu Picchu se sigue trabajando arduamente para reducir sus emisiones de carbono en un 45 % para 2030 y lograr la neutralidad de carbono para el 2050, en línea con los compromisos del Acuerdo de París.

Más allá de Machu Picchu, este proyecto pionero también podría expandirse

a otras ciudades del Perú. Particularmente, aquellas con una población de entre 10 000 a 20 000 habitantes que, hasta ahora, no cuentan con un plan sólido de disposición de residuos ni con los recursos suficientes para invertir en este aspecto crítico de la gestión ambiental. La visión es llevar los aprendizajes y las soluciones exitosas implementadas en Machu Picchu a estas comunidades, proporcionándoles una ruta viable para promover modelos de economía circular.

De esta manera, la obtención de la Certificación Carbono Neutro es solo el inicio de un compromiso continuo para mantener a Machu Picchu como un referente de sostenibilidad en el mundo. Con este ejemplo, estoy convencido de que este es solo el comienzo de una transformación más amplia que nos llevará hacia un futuro más sostenible para todo el Perú.

Cielo Protectores

El Grupo AJE lanzó la promoción “Cielo Protectores” en Perú y Ecuador. Gracias a este sorteo, los ganadores pudieron visitar y recorrer la Ciudadela Inca, así como también conocer los proyectos de protección impulsados en el lugar.



EL TRABAJO DE ALEATICA EN PERÚ PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS FAMILIAS DE LOS RECICLADORES

Autopista del Norte (Aunor) viene desarrollando diversas iniciativas con asociaciones de recicladores en favor de una economía circular. Luis Flores, gerente de Sostenibilidad de la compañía, comenta acerca de las expectativas con estas acciones.

Además de contribuir al cuidado del medio ambiente y al modelo de economía circular, la adecuada segregación de residuos trae diversos beneficios para los miembros de las asociaciones de recicladores.

Así lo ha comprendido Autopista del Norte (Aunor), que forma parte del grupo Aleatica, operador global de infraestructura vial. La concesionaria que tiene a su cargo la administración de la red vial 4 (Pativilca – Santa – Salaverry) viene desarrollando un arduo trabajo de apoyo a las asociaciones de recicladores presentes en las ciudades de su área de influencia y que en esta nota podrás conocer.

Apoyo al Programa Segregación a la Fuente

Desde el 2022 hasta abril de este año, la concesionaria ha entregado más de 38 toneladas de residuos, que se generan a partir de sus operaciones, a las asociaciones de reciclaje de los distritos de Nuevo Chimbote (región Áncash) y Virú (La Libertad).

Los recicladores beneficiados forman parte del Programa de Segregación en la Fuente, iniciativa estatal que busca reducir el volumen de residuos e impulsar la formalización en la cadena de reciclaje, además de fortalecer la conciencia ambiental en la ciudadanía.

El apoyo que Aunor brinda al Programa de Segregación en la Fuente impacta directamente en la calidad de vida de los miembros de ocho familias de recicladores en Nuevo Chimbote y Virú.



“Los residuos son entregados a los recicladores, quienes los comercializan y generan ingresos para sustentar a sus familiares y mejorar su calidad de vida. Es una cadena de valor que tiene como principal, insumo, paradójicamente, lo desechable, y a la que estamos muy contentos de poder aportar”, explica Luis Flores, gerente de Sostenibilidad de Aunor.

Camino hacia la formalización

Pero el trabajo que Aunor realiza con los recicladores de su área de influencia va más allá del aporte de residuos. La empresa viene ejecutando un programa de fortalecimiento de capacidades para que más ciudadanos se interesen por el reciclaje, realicen la actividad de manera formal y obtengan ingresos.

Así, las capacitaciones se orientan a brindar asesoría técnica al personal

municipal de las áreas de medioambiente, además del acompañamiento en la elaboración de los instrumentos de gestión del programa de segregación.

Actualmente, se viene trabajando en la formalización de recicladores de los distritos de Chao y Guadalupe (región La Libertad); Culebras y Huarney (región Áncash) y se piensa extender a otras ciudades.

“El proyecto dura 3 meses y tiene como objetivo mejorar las condiciones laborales de estos grupos sociales a través del reciclaje formalizado en un trabajo en conjunto con sus municipalidades, desarrollando reuniones técnicas, capacitaciones, asistencia técnica y seguimiento continuo”, explica el gerente de Sostenibilidad de la concesionaria.

El camino hacia la formalización de los recicladores que viene impulsando Aunor, también permitirá que estas asociaciones obtengan una categoría similar a la de una pequeña empresa, por lo cual podrán acceder a préstamos para el financiamiento de sus proyectos.

“Y no menos importante es que con este programa, los recicladores ejecutarán su trabajo en mejores condiciones de salubridad, asegurando su integridad”, agrega el directivo de Aunor.

Desde adentro

El impulso de acciones para incentivar el reciclaje es un activo de la cultura corporativa de Aleatica y, por consiguiente, de Aunor.



Es por ello que, a la interna, también se promueven prácticas que impulsen la reutilización de residuos en los colaboradores. Una de estas ini-

ciativas es la “reciclatón”, organizada por la Gerencia de Sostenibilidad de Aunor, donde los colaboradores de las áreas operativas compiten para entregar la mayor cantidad de residuos aprovechables, que finalmente son entregados al Programa Segregación en la Fuente de las municipalidades.

Los residuos son entregados a los recicladores, quienes los comercializan y generan ingresos para sustentar a sus familiares y mejorar su calidad de vida.

Pilar corporativo

La Sostenibilidad, es uno de los pilares en los que Aleatica sostiene su filosofía corporativa. La empresa busca ser un agente de bienestar de aporte social y ambiental agregando valor en los grupos de interés en el entorno donde se desarrolla.

Aunor: movilidad segura y sostenible

Autopista del Norte (Aunor) es la concesionaria de la red vial 4, que abarca el tramo desde Pativilca hasta Salaverry, de la carretera Panamericana Norte, en el norte peruano. La empresa cuenta con el respaldo del grupo Aleatica, operador puro de infraestructura de transportes, con 20 concesiones en siete países del mundo.

Aunor administra 356 kilómetros de carretera, facilitando la conectividad de regiones como La Libertad, Ancash y Lima, pero además de operar infraestructura vial, la empresa ofrece altos estándares de seguridad y sostenibilidad..



“CADA AÑO NOS RETAMOS A REDUCIR NUESTRAS EMISIONES FRENTE AL ANTERIOR”

Carlos Riva Agüero Padilla, coordinador de Asuntos Ambientales y Arqueológicos de ISA REP, conversa a continuación sobre la importancia de la ecoeficiencia en las actividades de la compañía, además del reciclaje y las acciones desarrolladas en favor de una gestión sostenible de residuos sólidos.

● ¿Qué visión tiene la compañía acerca de la importancia de la ecoeficiencia para los negocios?

En ISA REP tenemos como meta crear valor sostenible y en esa línea vemos como un pilar fundamental el ser carbono neutral en nuestras operaciones. Es decir, priorizar la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero en nuestras sedes y proyectos de manera sostenible y, posteriormente, compensar las que no podemos reducir a través de la compra de bonos de carbono de proyectos de conservación de bosques que nosotros apoyamos a desarrollar mediante nuestro Programa Conexión Jaguar.

Es así que la ecoeficiencia se convierte en un eje fundamental para el camino hacia la neutralidad de carbono. Aquí priorizamos la reducción de los consumos de agua, eficiencia energética, valoración y reducción de generación de residuos, gestión de SF₆ (hexafluoruro de azufre que es usado como medio de extinción en equipos de alta tensión) y movilidad sostenible; así como emisiones evitadas por el teletrabajo, el cual hemos implementado desde el 2019.

¿Desde cuándo cuentan con una estrategia de ecoeficiencia y qué peso tiene en las operaciones de la compañía?

Nosotros nos hemos trazado metas de ecoeficiencia desde el año 2011, a través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001. Desde el año 2019 incorporamos estas metas a nuestros indicadores corporativos de máximo nivel. Esto implica un seguimiento desde nuestro Comité de Gerencia y la Junta Direc-



Carlos Riva Agüero Padilla,
coordinador de
Asuntos Ambientales y
Arqueológicos de ISA REP

tiva, por lo que tienen una relevancia máxima. Contamos con un compromiso expreso en nuestro Manifiesto Corporativo para luchar frontalmente contra el Cambio Climático. Cada año nos retamos a reducir nuestras emisiones frente al anterior. Por ejemplo, este año debemos lograr reducir por actividades de ecoeficiencia cerca de 304 toneladas de CO₂ de nuestras operaciones. Si lo logramos ya vendríamos reduciendo aproximadamente 2 000 toneladas de

CO₂eq desde el año 2011, que fue nuestra primera medición.

Específicamente, ¿en qué marco de la estrategia de sostenibilidad o de negocio se despliegan las acciones acerca del reciclaje?

Contamos con varias acciones para la gestión de los residuos sólidos, entre las cuales se encuentra el reciclaje. No obstante, nuestra primera misión es realizar la reducción de generación de los

residuos, para lo cual contamos con un análisis del ciclo de vida de los activos. Este incluye una evaluación ambiental de las adquisiciones para activos que puedan incidir en la calidad ambiental. Esto nos obliga a comprar materiales e insumos que sean amigables con el ambiente, evitar el embalaje o entrega en bolsas de plástico u otro material no reciclado.

Nos enfocamos en generar responsabilidad extendida al productor, para que dentro de sus servicios se encuentre el aprovechamiento de los materiales que cumplen su ciclo de vida, entre otras cosas.

¿Qué iniciativas han venido desarrollando en relación al reciclaje? ¿Cómo han articulado con otros actores en favor de una cadena de reciclaje?

Hemos logrado contar con aliados importantes como Aldeas Infantiles, ANI-QUEM, RECOLECC, Municipalidad de San Isidro, entre otros. Con ellos tenemos campañas de reciclaje y sensibilización a nuestros trabajadores, con lo que esperamos cumplir nuestra meta de reciclar 20 toneladas de residuos comunes como papel, cartón, plástico; y especiales como RAEE, superando nuestro resultado de 16 toneladas recicladas en el año 2022.

Además, contamos con algunas actividades adicionales que venimos evaluando para la gestión integral de nuestros residuos sólidos. Por ejemplo, la implementación de biohuertos en nuestras subestaciones principales para aprovechar los residuos domésticos generados por los trabajadores que toman sus alimentos en las instalaciones. Estos desechos sirven posteriormente como fertilizantes para cultivar productos de autoconsumo y pueden ser recursos fundamentales para mantener el pequeño ecosistema que hemos creado en estas subestaciones.

Otras iniciativas que hemos desplegado involucran campañas de capacitación en temas de reciclaje para las familias de nuestros trabajadores, esperando con ello contribuir a que nuestras futuras



generaciones conozcan la importancia de preservar nuestro planeta.

¿Podría mencionar algunos resultados o los impactos que se ha logrado?

Como se mencionó, para nosotros este tema no es nuevo ya que lo venimos trabajando desde el año 2011, por lo que hemos cultivado algunos resultados importantes como:

- Ser la única empresa de Latinoamérica en formar parte del SF6 Emission Reduction Partnership for Electrical Power Systems con la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (US-EPA).
- Ser la primera empresa a nivel nacional en obtener las cuatro estrellas para su reporte en la Plataforma Huella de Carbono Perú del Ministerio del Ambiente, desde el 2016.
- Obtener una mención en el Premio Antonio Brack Egg en el año 2018 por los resultados en la reducción de la Huella de Carbono y en el año 2020 por el Programa Conexión Jaguar.
- Implementar dos Proyectos Cone-

xión Jaguar en Perú (en la Regiones de Ucayali y San Martín), contribuyendo con la compensación de un promedio de 3.0 millones de toneladas de CO₂, la conservación de 200 000 hectáreas del corredor del Jaguar y apoyando al desarrollo de 46 familias del área de influencia directa de los proyectos.

- Reducción de 1 700 toneladas de CO₂eq desde el 2011, por actividades de ecoeficiencia. Se tiene una proyección de reducir 800 toneladas adicionales al 2030.

En el corto o mediano plazo, ¿qué planes tiene en relación al tema de reciclaje o, en general, en beneficio de la sostenibilidad ambiental?

Con respecto a la gestión de residuos sólidos, contamos con una meta de reducir 0.02 toneladas de CO₂eq en la gestión de residuos. Esto equivale a implementar acciones para disminuir la cantidad de residuos que van a disposición final por actividades de reducción en la fuente o por actividades de reciclaje. Esta meta equivale a reciclar 20 toneladas de residuos de nuestras actividades internas...

INCHCAPE IMPULSA LA SOSTENIBILIDAD A TRAVÉS DE SU ESTRATEGIA “ACCELERATE”

La estrategia de Inchcape, “Accelerate” tiene como objetivo desempeñar una contribución positiva a las comunidades donde opera, a su gente, a la sociedad y al planeta.

En mayo, Inchcape lanzó su campaña interna “Reciclatón”, con el fin de seguir aportando a la labor de Aniquem.

Inchcape, la empresa líder en la distribución y venta de automóviles, reafirma su compromiso continuo con la sostenibilidad a través de su estrategia empresarial “Accelerate” y una serie de planes como el “Driving What Matters”. Ambos con un enfoque en contribuir de manera positiva a las comunidades en las que opera, a sus colaboradores, a la sociedad y al planeta. Esto coloca a Inchcape en una posición destacada como socio estratégico y principal distribuidor para los fabricantes de automóviles.

En línea con la estrategia empresarial de la compañía y con el fin de asegurar su compromiso, la marca ha establecido un marco de trabajo integral basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Destinando de esta manera, aproximadamente US\$ 374 K para el desarrollo de proyectos e iniciativas del rubro en su operación en Perú.

Como parte de su estrategia “Accelerate”, Inchcape ha incorporado el programa “Responsible Business”, el cual tiene como objetivo desarrollar prácticas de gobierno corporativo sólidas y transparentes que promuevan



**Enrique Pagola
Langer**
Managing Director
Inchcape Perú

reducir los impactos ambientales de sus operaciones y fomentar una cultura inclusiva y diversa.

“Hemos adoptado el uso de firmas electrónicas en toda nuestra operación New Inchcape (anteriormente Derco), lo que ha reducido significativamente el consumo de papel. En cuanto a la eficiencia energética, hemos mejorado nuestras instalaciones mediante el uso de equipos más eficientes de aire acondicionado y luminaria. Hemos implementado paneles solares en la sede de Arequipa, apostando por fuentes de energía limpia y renovable. También estamos en proceso de cambio de toda la flota de operaciones y logística a vehículos híbridos y

Estamos orgullosos de haber obtenido el reconocimiento “Huella de Carbono Perú” otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente por nuestros logros en la medición de nuestras emisiones.

eléctricos, fomentando así la movilidad sostenible. Asimismo, hemos llevado a cabo la reducción de plásticos y envases a través de la implementación de fundas de material reutilizable y biodegradable en sedes estratégicas. Adicionalmente, hemos agregado la recolección de neumáticos fuera de uso (NFU), lubricantes y baterías, promoviendo así una gestión adecuada de residuos peligrosos y contribuyendo a la protección del medio ambiente. Y estamos orgullosos de haber obtenido el reconocimiento “Huella de Carbono Perú” otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente por nuestros logros en la medición de nuestras emisiones. Estas acciones refuerzan nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.” afirma Enrique Pagola Langer Managing Director Inchcape Perú.

Y para tangibilizar más su rol y alinear-lo con sus colaboradores, la empresa lanzó en el mes de mayo una campaña interna llamada “Reciclatón”, en alianza con Aniquem. Esta iniciativa tiene como objetivo fomentar el reciclaje continuo de materiales dentro de la empresa y generar un impacto positivo en la vida de los niños de Aniquem, una organización que brinda atención a niños afectados por quemaduras.

“La Reciclatón ha logrado la increíble participación de nuestras más de 20 sedes en Lima y Arequipa, lo cual demuestra nuestro trabajo colaborativo logrando recolectar en el primer trimestre del año, una asombrosa cantidad de 21 toneladas de materiales reciclados. Cada kilogramo cuenta, ya que con ellos hemos contribuido directamente a brindar beneficios a los ni-

ños de ANIQUEM, incluyendo terapias físicas, ocupacionales y psicológicas, así como la adquisición de máscaras y ropa especializada”, acota Enrique Pagola.

Buscando potenciar su compromiso con la sostenibilidad, Inchcape ha creado el plan “Driving What Matters” basado en cuatro pilares fundamentales:

- Planeta
- Personas
- Lugares
- Prácticas

Así pues, por ejemplo, en cuanto a Personas, Inchcape busca ser una marca empleadora atractiva, fomentando un ambiente de trabajo positivo, responsable, abierto y acogedor; y en el pilar de Lugares, se enfoca en desarrollar programas e iniciativas que promuevan el manejo responsable y proyectos que fomenten la igualdad de oportunidades para jóvenes y mujeres en la organización.

De esta manera, Inchcape nos reafirma su compromiso a seguir trabajando en pro de la sostenibilidad e impulsar un cambio positivo en la industria automotriz. ..

En cuanto a la eficiencia energética, hemos mejorado nuestras instalaciones mediante el uso de equipos más eficientes de aire acondicionado y luminaria.



APORTA: DESAFIANDO EL STATU QUO A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN

Aporta, plataforma de impacto social de Breca fundada en 2011, busca transformar las necesidades de sus grupos de interés en oportunidades de progreso y desarrollo sostenible.

Ivo Saona, director general en Aporta, nos cuenta cómo cada proyecto tiene un plan de seguimiento y evaluación que permite monitorear el impacto generado.

¿Desde cuándo y con qué propósito nace Aporta como plataforma de impacto social?

Hace 12 años Breca decide apostar por la creación de una asociación sin fines de lucro que fuese el habilitador de las iniciativas de impacto social de sus empresas a través de la innovación y que

pudiese ser fuente de inspiración para contribuir a cerrar brechas e impactar positivamente en el país. Es así como un 20 de mayo del 2011 nace Aporta, plataforma de impacto social de Breca.

¿Con qué áreas de trabajo cuenta Aporta y cómo se integra en la estra-

tegia de sostenibilidad de Breca?

Desde Aporta nos organizamos en base a dos áreas de proyectos:

La primera es el área de Innovación Social País, que tiene un enfoque hacia la comunidad y en el cual buscamos contribuir al progreso de distintas comuni-



dades del Perú en las zonas de influencia donde operan las empresas de Breca. Desde esta gerencia identificamos desafíos de sostenibilidad transversales y escalables, detectando oportunidades de impacto social y desarrollamos soluciones para potenciar el progreso del país.

La segunda es el área de Innovación Social Breca, que tiene un enfoque interno y donde buscamos contribuir al progreso de los colaboradores, familias de colaboradores y proveedores de las empresas de Breca. Desde esta gerencia identificamos desafíos de sostenibilidad y de impacto social a nivel de cada empresa, y diseñamos soluciones para estas oportunidades.

Adicionalmente, contamos con un área de Data y Evidencia, quienes trabajan de manera transversal, y son los responsables de establecer teorías de cambio para cada proyecto, así como determinar los indicadores que usaremos para medir el impacto que tendremos en cada uno de los proyectos que ejecutamos, generando evidencia clara de si estamos en el camino correcto o no.

Nuestro trabajo está basado en la combinación entre el *Human-Centered Design*, que permite entender las necesidades reales de nuestro público objetivo y articularlas con los desafíos de sostenibilidad de las empresas de Breca, y el Diseño Conductual, que busca entender el proceso de toma de decisión de las personas e influenciar los comportamientos según el contexto en el que se enmarca el proyecto.

En términos de la estrategia de sostenibilidad corporativa, la aspiración de Breca es que la sostenibilidad esté integrada con la estrategia del negocio y con el propósito de Inspirar para Trascender y, para eso, el apoyo de Aporta es clave. Para ello se han definido tres compromisos:

a. Potenciar el Progreso a lo largo de la cadena de valor (colaboradores y sus familias, proveedores, clientes y comunidad en sus zonas de influencia).



La innovación es parte del ADN de Aporta y le da sentido al propósito de desafiar el *statu quo* para inspirar nuevas realidades.

- b. Cuidar los ecosistemas que nos rodean (con foco en la gestión de la huella de carbono, la huella hídrica, el uso de energías provenientes de fuentes renovables y la economía circular).
- c. Empoderar nuestro sistema de gobierno corporativo.

Aporta ha sido un aliado clave en la implementación de iniciativas vinculadas con potenciar el progreso como, por ejemplo, el censo de familias, el proyecto arcoíris de Qroma, el proyecto Volar, y también en algunas iniciativas vinculadas con cuidar los ecosistemas, pero no necesariamente las áreas de foco sino en áreas de materialidad específica para cada empresa, como Cuidamar con TASA o Enruédate con Urbanova.

En ese sentido, ¿de qué manera han venido trabajando con las empresas de Breca?

Trabajamos con las empresas del grupo, individualmente y a nivel transver-

sal, ideando, diseñando y ejecutando proyectos de impacto social para convertir las necesidades de nuestros grupos de interés más vulnerables en oportunidades de progreso y desarrollo sostenible; siempre alineados a la estrategia de sostenibilidad de Breca y a sus compromisos de sostenibilidad: Potenciar el progreso a lo largo de nuestra cadena de valor, Cuidar los ecosistemas que nos rodean y Empoderar nuestro sistema de gobierno corporativo.

¿Qué significado tiene la innovación para Aporta? ¿De qué manera la han implementado en las diferentes iniciativas?

La innovación es parte del ADN de Aporta y le da sentido al propósito de desafiar el *status quo* para inspirar nuevas realidades. Aporta innova a través de procesos establecidos para encontrar soluciones novedosas y disruptivas a problemas sociales



complejos, pero la innovación es también un valor central que nos guía en nuestras labores día a día a través de identificación de necesidades, generación de ideas innovadoras, diseño de estrategias de implementación y experimentación, y en la evaluación y proceso de mejora continua de nuestros proyectos. Esto nos impulsa a retornar cada vez más para maximizar nuestro impacto.

¿Qué proyectos o acciones resaltan en lo trabajado junto con las empresas de Breca?

Tenemos varios proyectos de alto impacto que venimos trabajando de la mano de las empresas de Breca como, por ejemplo, Arcoíris con la empresa Qroma, el cual busca promover el desarrollo y sentido de comunidad e inspirar conductas positivas a través de la pintura; Enruédate con la empresa Urbanova, donde buscamos sensibilizar en temas viales a nuestra población e incentivamos el uso de la micromovilidad logrando que más personas sean conscientes del impacto positivo que genera en el medio ambiente el transportarse en vehículos pequeños (patines,

scooters, bicicletas, etc.); Cuidamar para pescadores artesanales con la empresa TASA, el cual busca que los pescadores artesanales implementen prácticas sostenibles en el cuidado del ecosistema marino; o el proyecto Beca Talento con la empresa Minsur, el cual busca procurar el acceso y culminación efectiva de los estudios superiores de jóvenes talentos de la zona de influencia de la Unidad Minera San Rafael en Puno.

Adicionalmente, venimos trabajando en proyectos transversales los cuales nos ayudan a impulsar nuestra contribución e inspirar en el proceso. En este frente contamos, por ejemplo, con el proyecto Volar, el cual está enfocado en cambiar las trayectorias de desarrollo de niños y niñas entre 0 y 5 años, buscando fortalecer las capacidades parentales de los cuidadores para la crianza y el acompañamiento educativo de los menores en el hogar; o el proyecto Familias Saludables, el cual busca el desarrollo laboral y personal de los colaboradores de las distintas empresas de Breca, con la finalidad de mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Por otro lado, ¿cuál ha sido el alcance de las iniciativas o a qué grupos poblacionales han alcanzado los beneficios, por ejemplo?

Desde Aporta, por la naturaleza de los proyectos que abordamos, tenemos la suerte de poder impactar de manera positiva a diversos *stakeholders* ubicados en las zonas de influencia donde operan las distintas empresas de Breca y que inciden en nuestra cadena de valor.

Estos *stakeholders* van desde colaboradores de las empresas de Breca y sus familias, así como proveedores, comunidades en diversas locaciones del país, cuidadores y docentes, profesionales de la salud, directivos, grupos empresariales, entidades públicas, academia, entre otros.

A manera de ejemplo, podemos comentar sobre los más de 10 000 vecinos ubicados en el barrio de Leticia en el Rímac, quienes se han visto beneficiados con el pintado de sus viviendas a través de la intervención del proyecto Arcoíris en el Cerro San Cristóbal.

Adicionalmente, como parte del proyecto Familias Saludables, hemos le-

vantado información de cerca de 10 000 colaboradores de las distintas empresas de Breca y sus familias, sobre las cuales estamos accionando diversas iniciativas en el frente de salud y educación. Este año estamos ampliando la base y esperamos llegar a cerca de 15 000 colaboradores y sus familias.

Finalmente, otro ejemplo podría ser el del proyecto Volar, donde apuntamos a impactar a más de 25 000 niños y niñas de la zona de influencia de las empresas de Breca al 2025, llegando a más de 270 000 al 2030. Si tomamos en cuenta otros actores con los que trabajamos en cesión de contenido, podríamos estar hablando de un impacto potencial de más de 2 000 000 de niños y niñas.

A lo largo de los años, ¿cómo miden el impacto que realizan con sus inversiones? ¿Podría mencionar algunos de los resultados más relevantes?

Aporta gestiona sus proyectos teniendo la evidencia en el centro. Ello implica no solo diseñar con base científica y considerando intervenciones que tienen impacto comprobado, sino que nos lleva a diseñar proyectos que incluyen planes rigurosos de seguimiento y evaluación.

Construimos teorías de cambio que resumen los objetivos perseguidos por los proyectos y definen los KPIs para monitorear el éxito y contamos

con rutinas para el seguimiento de esos indicadores. Asimismo, se despliegan evaluaciones cualitativas y cuantitativas para medir y comunicar el impacto, pero también para aprender y mejorar en el proceso.

Algunos de nuestros resultados más relevantes podrían ser:

En el proyecto Volar, en donde en una evaluación conducida el 2021 en los distritos de Antauta y Ajoyani, al sur de Puno, se encontró que antes de la intervención de Volar solo el 37 % de las niñas y niños de 24 a 36 meses se comunicaban verbalmente de forma efectiva. Luego de la intervención, este porcentaje se incrementó a 63 %.

Otro ejemplo pueden ser los resultados del proyecto Arcoiris de Qroma, donde hicimos una medición antes del despliegue de la intervención, encontrando, entre algunas de las cifras de impacto, que 45 % de los vecinos consideraban que su barrio es un buen lugar para vivir y al 35 % le gustaría que sus hijos vivan en su barrio. Luego de la intervención, estos porcentajes se incrementaron a 61 % y 50 %, respectivamente.

Un tercer ejemplo podría ser el desafío “Estar Sano” de TASA, en donde, a manera de piloto, nos enfocamos en un grupo de colaboradores y les dimos herramientas para ayudarlos a ser conscientes de los problemas

emocionales que la crisis sanitaria (COVID) les pudo traer, así como a resolverlos. Este proyecto piloto demostró que impactar positivamente en el bienestar emocional de las personas, evidencia un mejor manejo de las emociones y por ende mejora la productividad, y esto se verá reflejado en mayores ingresos para los colaboradores en los próximos años. De hecho, estimamos que la tasa de retorno social (SROI por sus siglas en inglés) podría ser de un 38 % en los próximos diez años.

Finalmente, en estos 12 años, ¿qué reconocimientos destacan en la trayectoria o cuál es el compromiso que asume con el país Aporta?

Aporta está cada vez más presente en diferentes espacios en los cuales busca influir e inspirar, llegando con la información de nuestros proyectos a más colaboradores, comunidades, grupos empresariales y líderes de opinión. Buscamos seguir dando a conocer la importancia que tienen los proyectos con impacto social, el trasladar capacidades a las personas o comunidades donde se llevan a cabo los proyectos, la importancia de medir indicadores, y de asegurar que lo que hacemos finalmente está teniendo un impacto positivo, cambiando la realidad de los stakeholders más vulnerables y apostando por un país más justo e inclusivo para todos y todas.

Este trabajo y los resultados de impacto que hemos podido conseguir, nos ha permitido obtener algunos reconocimientos. Por ejemplo, en el 2020 el proyecto Volar fue finalista del premio Conectarse para Crecer y en el 2021 resultó ganador de la categoría Salud del mismo premio. Asimismo, en el 2022 fue finalista del Premio Creatividad Empresarial en la categoría Medios Interactivos. De igual forma, en el 2022 y en alianza con IPA, el proyecto Volar resultó seleccionado con un grant del DIV de USAID para generar evidencia rigurosa de su modelo y contribuir a las políticas en Primera Infancia..



“TENEMOS EL FIRME COMPROMISO DE CONTINUAR DESARROLLANDO ACCIONES QUE CONTRIBUYAN CON LA PROTECCIÓN DEL PLANETA”

Análí Huamancayo Bernedo, gerente de Asuntos Corporativos de cbc Perú, señala que la empresa cuenta con una estrategia de sostenibilidad desde el inicio de sus operaciones en el 2015. También explica el desarrollo de una iniciativa en reciclaje en conjunto con los municipios de Miraflores y Jesús María.

Desde cbc Perú, ¿qué tan fundamental consideran que es la sostenibilidad en las actividades de una compañía?

En cbc Perú somos conscientes de que la sostenibilidad ambiental es primordial para el desarrollo de las empresas y de la sociedad. Contamos con una estrategia corporativa TSI (Total Societal Impact) que nos guía para generar valor, desde nuestra experiencia, siendo responsables con el entorno y los recursos. Además, nos regimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

¿Desde qué momento decidieron contar con una estrategia de sostenibilidad y qué importante es en las operaciones que despliegan?

Como mencionamos anteriormente, en cbc Perú contamos con una estrategia de sostenibilidad con foco en la generación de valor, que está presente desde el primer día que iniciamos operaciones en el país, en 2015, y que decanta de una sólida estrategia de nuestro corporativo, el cual cuenta con cerca de 140 años de experiencia. Los pilares que soportan nuestra estrategia son la dimensión ambiental, social y gobernanza.

Precisamente, ¿en qué marco de la estrategia de sostenibilidad o de negocio se despliegan las acciones acerca del reciclaje?

En lo que respecta a reciclaje, las acciones que desarrollamos desde cbc



Análí Huamancayo Bernedo
Gerente de Asuntos Corporativos de cbc Perú



Perú están enmarcadas en la dimensión ambiental de nuestra estrategia. En esa línea, hemos asumido el compromiso de, hacia el año 2030, recuperar el 100 % de nuestros envases de bebidas.

Entre las iniciativas, ¿cuál resalta en relación al reciclaje de la mano con organizaciones claves como las municipalidades?

En línea con nuestro propósito de ser responsables con el medioambiente, cbc Perú unió esfuerzos con los municipios de Miraflores y Jesús María con el objetivo de fortalecer los programas de segregación en la fuente de ambos distritos. Este enfoque se basa en la implementación de incentivos y herramientas tecnológicas que posibilitan un seguimiento más eficaz de los residuos, contribuyendo así a una gestión más efectiva del reciclaje.

Mediante esta iniciativa, los vecinos que participan en el programa obtienen puntos Bonus, gracias a una alianza con Cencosud, en función de la cantidad de residuos reaprovechables que entregan a las asociaciones de recicladores formales de sus respectivos distritos.

Con el objetivo de llevar a cabo este proceso, se le proporciona a cada vecino un código QR que les permite ser identificados para recibir la correspondiente bonificación.

Adicionalmente, cbc Perú creó un chatbot conectado a WhatsApp para mantener comunicación constante con el vecino y notificar, con anticipación, la llegada del camión recolector de reciclaje. La finalidad de esta tecnología es asegurar el rastreo de los residuos y minimizar su uso en el comercio informal.

¿Cuál ha sido el resultado en esta articulación con los municipios de Miraflores y Jesús María?

Desde que cbc Perú se unió a los programas de reciclaje de Miraflores y



En lo que respecta a reciclaje, las acciones que desarrollamos desde cbc Perú están enmarcadas en la dimensión ambiental de nuestra estrategia.

Jesús María, se logró obtener alrededor de tres mil vecinos inscritos en ambos distritos.

Hasta el momento, se ha logrado recuperar más de 1 000 toneladas de residuos reaprovechables como plástico, papel, cartón, vidrio, entre otros, de los cuales más de 70 toneladas corresponde a PET.

En el corto o mediano plazo, ¿qué planes tiene en relación al tema de reciclaje o, en general, en beneficio de la sostenibilidad ambiental?

Como señalamos anteriormente, cbc Perú se ha trazado como meta, hacia el año 2030, recuperar el 100 % de las botellas que comercializa. En esa línea, apuntamos a expandir nues-

tra iniciativa que brinda soporte a los programas de segregación en la fuente de los gobiernos locales y, al mismo tiempo, generar sinergias con otras instituciones para así continuar trabajando en beneficio de la sostenibilidad ambiental. De igual forma, venimos desarrollando, de la mano del Fondo de Agua para Lima y Callao – Aquafondo, así como del Fondo de Agua Regional de Piura – Forasan Piura, iniciativas que nos permitan contribuir con la seguridad hídrica.

Desde cbc Perú, tenemos el firme compromiso de continuar desarrollando acciones que contribuyan con la protección del planeta, promoviendo una economía circular y sostenible. ..



“EN PACASMAYO QUEREMOS CONSTRUIR UNIDOS EL FUTURO QUE SUEÑAS”

Bajo el propósito de Construir Unidos el Futuro, Pacasmayo desarrolla una serie de acciones que la posicionan como una compañía comprometida con la sostenibilidad. Claudia Bustamante, gerente de Sostenibilidad y Relaciones con Inversionistas, sostiene, en esa línea, que cuentan con cinco pilares que rigen la estrategia de sostenibilidad.

¿Qué tan importante es para Pacasmayo la sostenibilidad en su estrategia de negocio?

La sostenibilidad en Pacasmayo no es solo un área en el negocio, sino que está integrada en la estrategia del mismo. Nuestro compromiso en materia ambiental, social y de gobernanza se vive de manera transversal, siendo esta una característica clave de éxito para lograr nuestros objetivos y llegar a la carbono neutralidad al 2050.

Asimismo, para impulsar nuestras acciones y fortalecer nuestra cultura sos-

tenible, contamos con un Comité de Sostenibilidad conformado por líderes de distintas áreas de la organización que impulsan mejoras continuas a través de iniciativas alineadas a nuestro propósito de Construir Unidos el Futuro que sueñas.

¿Con qué pilares o ejes cuenta la estrategia de sostenibilidad de Pacasmayo y en qué consisten?

En Pacasmayo somos sostenibles desde nuestros cimientos. Por eso contamos con cinco pilares que definen nuestra estrategia de sostenibilidad:

- **Actuamos con Integridad:** Buscamos que nuestros colaboradores sean conscientes e íntegros. Por eso, desarrollamos el programa “Mundo Ético”, pieza clave en el marco de nuestro modelo de prevención y cumplimiento.

Este es un programa formativo que fortalece nuestra cultura de integridad, sensibilizando y generando capacidades. De esta manera fomentamos la toma de conciencia de riesgos, poniendo los valores y pensamiento ético en práctica.

- **Somos el mejor aliado de nuestros clientes:** El cliente se encuentra siempre al centro de la estrategia y es a través de nuestras soluciones que queremos seguir construyendo un futuro resiliente para ellos y las futuras generaciones.

Gracias al trabajo en conjunto con nuestros proveedores y equipo interno, pudimos introducir el concepto de economía circular de una manera sencilla para nuestros usuarios con el lanzamiento de nuestro EcoSaco. Este es un empaque disgregable para mezclas de concreto que se introduce directamente en la mezcladora de concreto estilo trompo, sin abrir la bolsa. Así facilitamos la labor del maestro de obras con un proceso de construcción más eficiente y amigable con el ambiente.

También contamos con otras iniciativas como Pacas Pro, plataforma digital que permite conectarnos con nuestros clientes durante la gestión de la obra, ofreciendo visibilidad, control y acceso inmediato a información y documentos para la gestión y supervisión de sus proyectos.

Asimismo, lanzamos AYU, la primera solución en el Perú que le permite a las familias autofinanciar los materiales de construcción que sus proyectos necesitan, sin deudas ni intereses.

- **Cultivamos talento extraordinario:** En Pacasmayo, trabajamos alineados a nuestro principio cultural “Las personas son primero”. Estamos comprometidos en dar a nuestros colaboradores una modalidad de trabajo adecuada para ellos. Por eso, les ofrecemos un esquema de trabajo híbrido, teniendo como base la flexibilidad con responsabilidad. Esto se ve reflejado en nuestro índice de *engagement*, el cual, a nivel organización, es de 85.6 %.

Asimismo, concretamos nuestras intenciones de construir una empresa más inclusiva. Conformamos el Comité de Diversidad e Inclusión

y contamos con iniciativas para empoderar al talento femenino en la industria como el programa ALAS y Constructoras del Futuro.

- **Operamos de manera responsable:** Nuestros esfuerzos están orientados a prevenir y mitigar los posibles impactos negativos en la salud y seguridad de nuestros colaboradores, proveedores, clientes y otros *stakeholders* en nuestras operaciones.

Además, buscamos reducir nuestra huella de carbono con el objetivo de alcanzar la carbono neutralidad al 2050. Es así que somos miembros activos de la GCCA (Global Cement and Concrete Association), gremio que reúne internacionalmente a las principales empresas de cemento y el concreto.

- **Crecemos con nuestras comunidades:** En Pacasmayo acompañamos su crecimiento y nos esforzamos por construir relaciones de confianza. Por eso, desplegamos iniciativas, de manera articulada con distintas organizaciones para tener un mayor impacto en el desarrollo integral de nuestras

comunidades, buscando mejorar su calidad de vida a través de programas enfocados en salud, educación, desarrollo urbano, entre otros.

- **¿Podría mencionar algunas de las principales iniciativas o programas que han desplegado al respecto?**

Las acciones que se despliegan de nuestros pilares de sostenibilidad se encuentran alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible del PNUD.

Dentro de nuestras principales iniciativas en el 2022 para mitigar nuestras emisiones de carbono se encuentra el lanzamiento de nuestro EcoSaco, el cual impacta positivamente al ambiente, accionando a favor del clima (ODS 13).

Por otro lado, a esto se suma que en nuestra planta Pacasmayo, iniciamos el proceso de optimización de clínkerización con un nuevo horno, lo que nos permitirá reducir nuestras emisiones de CO2.

Como compañía comprometida con el norte del país y la sostenibilidad, somos firmantes de esta Hoja de Ruta de



cemento Perú de Ficem y Asocem para lograr la carbono neutralidad al 2050. Como parte de ello, promovemos el uso de nuestros cementos adicionados (ODS 12), los cuales tienen menor factor clínker y que hoy representan más del 85 % de nuestras ventas de cemento. Esto es importante pues son una alternativa clave en la Hoja de Ruta de cemento Perú para reducir la huella de carbono.

Desde el aspecto de diversidad e inclusión (ODS 5), en el 2022 lanzamos el programa Constructoras del futuro, el cual busca incluir a más mujeres que están empezando en la vida laboral en posiciones del área de Operaciones. También iniciamos el programa ALAS que consolida el liderazgo de las mujeres de Pacasmayo a través de una experiencia de aprendizaje personal y en comunidad.

En esa línea, ¿cuáles son los resultados o el impacto logrado con algunas de estas acciones?

En lo que respecta al Ecosaco, estimamos que, usándolo correctamente, desde su lanzamiento estaríamos ahorrando todos los años aproximadamente 4.5 millones de bolsas que no tendrán que ser desechadas en rellenos sanitarios, lo que se traduce en 572 toneladas de desechos de bolsas de cemento.

En línea con nuestra Hoja de Ruta hacia la carbono neutralidad, nuestro nuevo

horno en la planta Pacasmayo nos permitirá ahorrar un 14 % en el consumo de KWh/Tn Clínker y lograr una reducción de hasta el 30 % en el consumo de KCAL al mes, contribuyendo así a la reducción de emisiones de CO2 en nuestras operaciones.

Con el programa Constructoras del Futuro, a la fecha contamos con diez mujeres que han realizado sus prácticas con nosotros y que están en proceso de presentar su proyecto a las áreas de Operaciones. Además, con el programa ALAS, son 34 mujeres líderes que se han graduado para seguir fortaleciendo la participación de más mujeres en el sector.

¿Qué hitos o reconocimientos destacan para Pacasmayo en torno al trabajo que se ha realizado en el marco de sostenibilidad?

Logramos ser parte del DJSI Mila desde el 2019, mejorando nuestro puntaje cada año. También somos parte del Sustainability Yearbook, siendo la única empresa cementera peruana en lograr ingresar en esta publicación por tres años consecutivos. De igual manera, nos mantenemos en el índice S&P/BVL Peru General ESG Index.

Por otro lado, recibimos el Distintivo Empresa Socialmente Responsable por noveno año consecutivo, con una distinción especial en la categoría

Ambiente por nuestra estrategia de carbono neutro al 2050.

Reflejando nuestros compromisos con nuestros stakeholders, el ranking Merco Responsabilidad ESG 2022 nos reconoció como cementera líder por séptimo año consecutivo, ocupando el puesto 12 en el ranking general de las empresas más responsables.

En el futuro, ¿qué proyectan desarrollar en favor del compromiso de la compañía con la sostenibilidad?

Para lograr que las acciones de sostenibilidad estén realmente integradas en todos los niveles del negocio, es fundamental continuar trabajando en nuestro programa de sostenibilidad, el cual tiene un frente cultural y un frente estratégico.

Es así que hemos lanzado a nivel interno un programa de embajadores de sostenibilidad, que busca sensibilizar y fortalecer esta cultura en la compañía teniendo a líderes apasionados por múltiples aristas sostenibles.

Desde el frente estratégico, identificamos las metas que tenemos desde cada uno de nuestros pilares de sostenibilidad y el rol que cumple cada área para lograrlos. De esa forma toda nuestra organización se involucra y la sostenibilidad se alinea a los objetivos que tenemos. ..



CREATIVIDAD EMPRESARIAL UPC: EL PREMIO QUE CELEBRA LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN LANZA SU 27° EDICIÓN

Esta nueva edición incluye la categoría de “Gestión con Propósito – ESG”, con las subcategorías de Criterio Social, Ambiental y Buen Gobierno. Las inscripciones y entrega del trabajo virtual se realizarán hasta el 8 de setiembre.

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) presentó la vigésima séptima edición de los premios Creatividad Empresarial UPC 2023, el certamen más importante que reconoce la cultura de la innovación y el emprendimiento de las organizaciones públicas y privadas, en el Perú.

La gran novedad de este año es la presentación de la nueva categoría denominada “Gestión con Propósito – ESG”, que contará con las subcategorías de Criterio Social, Ambiental y Buen Gobierno, con el objetivo de fomentar y difundir la sostenibilidad en las empresas.

“Este año, volcamos nuestra mirada hacia la sostenibilidad, un concepto fundamental para el crecimiento y desarrollo de los negocios. Sabemos que las empresas, sin importar el sector o su tamaño, tienen un impacto trascendental en el desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta”, remarca Edward Roekaert, rector y CEO de la UPC.

Creatividad Empresarial UPC 2023 distinguirá los productos, servicios, procesos o estrategias innovadoras que han logrado un impacto trascendental en la generación de valor dentro de su organización, empresa o institución; a través de 22 categorías disponibles, como factor humano, salud e higiene, innovación de procesos, servicios bancarios, financieros y de seguros, entre otros.

Desde su creación, la organización ha recibido cerca de 8 mil postulaciones y ha distinguido a más de 646 iniciativas que impulsan el desarrollo económico



y social en distintos rubros y lugares del país. Además de la entrega del Gran Premio, también se han entregado reconocimientos especiales a los proyectos más destacados en la Pequeña Empresa, Mediana Empresa y Gran Empresa.

“La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, desde hace 27 años, promue-



ve uno de los ejes de crecimiento más significativos de la nación: la innovación. Creatividad Empresarial UPC pretende impulsar la economía del Perú, a través del fomento de la creatividad en diversos sectores”, finaliza Edward Roekaert.

¿Cómo inscribirse a Creatividad Empresarial UPC?

La convocatoria está abierta a grandes, medianas y pequeñas empresas públicas y privadas. Asimismo, a organizaciones y las ONG. Las inscripciones serán recibidas hasta el 8 de setiembre de 2023.

Para conocer más detalles del evento los invitamos a visitar el siguiente enlace: <https://creatividadempresarial.upc.edu.pe/> ..

CITYBEST: “NUESTRO OBJETIVO ES FORTALECER LA RED DE CARGA EN EL PERÚ Y EL TURISMO SUSTENTABLE”

Gonzalo Casanga, Ceo de Citybest Latam, conversó con *Stakeholders* sobre el modelo de negocio de la compañía, el cual se basa en el transporte sostenible mediante viajes sin huella de carbono. Asimismo, vienen generando alianzas con las cadenas hoteleras más importantes del Perú para contribuir con la promoción y masificación de la electromovilidad y el turismo sustentable. Citybest llevará a cabo el Foro “Turismo Sustentable” el próximo 27 de junio, el cual contará con la participación de más de 100 líderes de los diferentes sectores de la industria.

● ¿En qué consiste el modelo de negocio de Citybest?

Nuestro modelo de negocio se basa en el transporte sostenible mediante viajes sin huella de carbono. Citybest es más que una empresa de tecnología basada en proyectos de desarrollos de software, es un ecosistema que genera un flujo en lo que concierne a transporte sostenible, específicamente en la electromovilidad. Por ello, su cadena de valor tiene que

reunir ciertos elementos de la industria para que sea funcionable. Nosotros reunimos a la industria en general; marcas de vehículo eléctrico, empresas de red de carga y los nichos, que son, las cadenas hoteleras.

¿Cuáles son los países donde vienen operando?

A la fecha trabajamos con México, Colombia, Chile y Perú, generando un tipo

de *engagement* con cadenas hoteleras, ya que ellas permiten que este ecosistema funcione. Cuando estas empresas aceptan trabajar con nosotros, sus viajes son cero emisiones.

¿Cómo nació Citybest? ¿Cuál es el trabajo que realizan actualmente?

Citybest inició en el 2021. En el 2022 se llevó a cabo el trabajo de expansión en los cuatro países mencionados, forma-



Gonzalo Casanga
Ceo de Citybest Latam

mos alianzas importantes con marcas del rubro de la banca, automotrices, entre otras. Y ya en el 2023, hemos realizado los primeros beta.

Nosotros instalamos cargadores eléctricos en los hoteles, generamos un performance en los hoteles desde colocarles publicidad para generarles una experiencia al pasajero, colocar red de carga, educar al personal de los hoteles para que les informen a los clientes las ventajas de utilizar un vehículo eléctrico.

Ustedes han sido reconocidos por el Pacto Global de las Naciones Unidas por su iniciativa de transporte sostenible. ¿Qué rol deben cumplir ahora para conservar ese título?

Nosotros, desde el 2021, estamos adheridos al Pacto global de las Naciones Unidas, un gran logro porque esto nos coloca como una empresa con un modelo de negocio que aporta a la sostenibilidad. Es por ello, que tenemos la obligación de entregarles mensualmente una rendición respecto a la contribución de la huella de carbono.

Además, le entregamos a los hoteles que están asociados a nosotros, un reporte con las cifras de la disminución de la huella de carbono de los viajes realizados por sus clientes. A cada pasajero le llega por mensaje de texto cuál fue la disminución de la huella de carbono del viaje que realizó, la información se le entrega al hotel, al Pacto y al pasajero, y quien certifica es la entidad española llamada ECODE que pertenece al Ministerio de Ambiente de España.

¿De qué manera se benefician las empresas y los usuarios si eligen el servicio de Citybest?

Citybest apoya a las marcas que trabajan en su ecosistema, además, las marcas de vehículos eléctricos que nos apoyan generarán más ventas. Por ejemplo, si la gente particular compra un vehículo eléctrico nosotros les vamos a asegurar rentabilidad, ya que van a trabajar en una cadena hotelera con estaciona-

miento, con carga gratis, por lo tanto, si una persona ve como negocio comprarse un vehículo eléctrico, va a obtener el 75% de ganancia del viaje, además se le va a brindar 5 horas de estacionamiento gratis y al trabajar con un público A1 obtendrá por el servicio 70\$.

¿Actualmente quiénes son sus clientes?

Nuestro primer cliente fue el hotel Sheraton perteneciente a la cadena Marriott, ellos fueron pioneros en entender este ecosistema, además fueron visionarios porque se preocuparon por analizar nuestro modelo de negocio e incorporarnos dentro de su cadena de valor. Otro de nuestros clientes es el hotel INNSIDE del grupo Amelia, el hotel Hyatt de San Isidro; pronto estaremos en el hotel Hilton In de Miraflores y se ha sumado Viñas Queirolo y el hotel Queirolo que está camino a Ica. También hemos ingresado al centro comercial Jockey Plaza y al Boulevard Asia, donde entendieron nuestro ecosistema en el sentido de colocarles red de carga y llevar pasajeros de hoteles a un *shopping* o distritos gastronómicos, lo cual también nos va a generar data de la disminución de la huella de carbono.

¿Consideran que Perú tiene potencial en el mercado? ¿Qué diferencia hay con otros países de la región?

Claro que sí. Perú tiene una gran ventaja, es amigable en sus procesos de homologación. Es más fluido el proceso y menos burocrático lo que permite facilitar la realización de los proyectos de electromovilidad a diferencia de otros países. Además, Perú tiene una plaza muy interesante y el parque automotriz está incrementando. La venta de vehículos eléctricos ha crecido este año y se está segmentando, eso es muy optimista ya que ahora están llegando marcas de vehículos eléctricos con precios accesibles.

¿Cuáles son los retos que tiene Citybest en relación con el incremento de los puntos de carga?

Para nosotros, uno de los retos principales es consolidar nuestra red de carga.

Estamos fortaleciendo la red de carga urbana, al colocarla dentro de los hoteles habrá más posibilidades de que la gente particular cargue sus vehículos eléctricos, además, en algún momento van a cobrar un tarifario, ahora es gratis, pero con el tiempo y cuando haya una fijación de precios, los hoteles van a empezar a cobrar y esto va a beneficiar a las cadenas hoteleras.

Nuestro objetivo es fortalecer la red de carga en el Perú y paralelamente fortalecer el turismo sustentable con las cadenas hoteleras para generar rutas sustentables de viajes a los pasajeros.

Foro Turismo Sustentable

Citybest llevará a cabo el Foro Turismo Sustentable y Economía Circular, el cual contará con la participación de más de 100 líderes de la industria automotriz, empresas financieras, empresas de red de carga, organismos gubernamentales, etc.

Este evento tiene como objetivo reunir a todos los sectores en mención para que se comprometan a reducir la huella de carbono durante el 2023. La cumbre busca que las empresas dialoguen y lleguen a un consenso, a fin de que entreguen a finales de 2023 un reporte de disminución de huella de carbono.

La reunión contará con la participación de la ministra del Ambiente del Perú, Albina Ruiz, la exministra de Transportes de Colombia, Ángela María Orozco, las empresas BMW, Mini, empresas de red de carga, empresas de la banca, de logística.

Una de las expositoras extranjeras que marcará la pauta es la exministra de Transporte de Colombia, quien expondrá sus conocimientos en materia de electromovilidad, ya que es una de las pioneras en realizar un trabajo de transición energética, dejando a Colombia como el número 1 a nivel de Latinoamérica en desarrollar este tema.

El evento se llevará a cabo el 27 de junio en el Hotel Sheraton. ..

“HAY UN MANTRA QUE TENEMOS AL INTERIOR DE FENIX: LA SOSTENIBILIDAD ES EL NEGOCIO”

El reciclaje o una gestión sostenible de los residuos es uno de los desafíos que enfrentan en la actualidad las empresas. Eduardo Elías Galdós Bendezú, jefe HSE de Fenix, cuenta cómo la compañía ha venido actuando en el tema, además de que menciona algunos resultados alcanzados a lo largo del tiempo en el marco de una sostenibilidad ambiental.

● **¿Qué lugar ocupa la sostenibilidad ambiental en Fenix, especialmente considerando el sector en el que se encuentra?**

Hay un mantra que tenemos al interior de Fenix: la sostenibilidad es el negocio. Y es porque para la compañía el negocio solo seguirá existiendo si hacemos las cosas de manera sostenible.

Es un hecho que las empresas estamos cada vez más desafiadas: tenemos clientes más exigentes, comunidades más empoderadas, una opinión pública más preocupada por la sostenibilidad ambiental de nuestro planeta, un mayor escrutinio por parte de la ciudadanía y, al mismo tiempo, enfrentamos un mundo más volátil.

En este desafiante contexto, la mayor contribución que podemos hacer en el sector eléctrico es seguir avanzando en la transición energética, buscando el despliegue creciente de las energías renovables y soluciones sostenibles, creando valor para todos nuestros grupos de interés.

¿Desde qué momento cuentan con una estrategia de sostenibilidad y qué importancia tiene en las actividades de la compañía?

Desde el diseño de nuestra central termoeléctrica tuvimos una mirada de valor compartido y de uso eficiente de los recursos como eje central en la toma de decisiones. Un ejemplo de ello es que nuestra central es pionera en el uso de agua de mar para



Eduardo Elías Galdós Bendezú
Jefe HSE de Fenix

la generación de energía y para la producción de agua potable que es entregada a la comunidad de Chilca, como parte de nuestros compromisos sociales.

Aunque siempre hemos buscado incorporar buenas prácticas de sostenibilidad en nuestra operación y con nuestros grupos de interés, a partir del 2022 nos hemos planteado

do de manera corporativa objetivos ESG ambiciosos y adicionales a los de accidentabilidad y de incidentes ambientales. Esto con el objetivo de avanzar estratégicamente en lograr una operación más sostenible y contribuir a las metas de sostenibilidad de nuestra casa matriz Colbún.

Entre estos destaca el NPS de clientes, comunidad y de proveedores, dotación de género, clima laboral, tasa de accidentabilidad, incidentes ambientales y reducción de huella ambiental, planteados al mismo nivel que nuestros objetivos financieros y operativos.

Por otra parte, en reciclaje, ¿en qué marco de la estrategia de sostenibilidad o de negocio se inserta este aspecto?

Dentro de nuestros objetivos de huella ambiental, en específico en la reducción de nuestra huella de residuos. En el 2022, en Fenix nos planteamos la reducción y valorización de 205 toneladas de residuos; satisfactoriamente superamos el objetivo, logrando las 229 toneladas, que equivale al 47% de nuestros residuos.

Este logro se dio en gran medida (209 ton) gracias a la ampliación de capacidad nuestra planta de tratamiento de agua residual doméstica y a la valorización de 20 ton de papel y cartón, chatarra, eléctricos, aceite y compostaje.

En ese sentido, ¿qué iniciativas destaca en lo anterior y con qué organizaciones también se han articulado?

Desde el 2017, en Fenix formamos parte del programa “Recicla para Ayudar” de Aniquem, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y a la rehabilitación integral de los pacientes de quemaduras. De esta manera, en el 2022 reciclamos 12 toneladas de residuos para Aniquem, como papel y cartón, aparatos electrónicos, aceite, chatarra y plástico.

La mayor contribución que podemos hacer en el sector eléctrico es seguir avanzando en la transición energética.

En cuanto a nuestros residuos orgánicos, contamos con nuestro proyecto de compostaje a partir de residuos obtenidos del mantenimiento de las áreas verdes y de restos de comidas. Con este proyecto se busca dar una solución sustentable a la gestión actual de los residuos orgánicos, evitando su disposición final y logrando su reintegración a las áreas verdes de la central térmica, aportando a la reducción de la huella de residuos. En el 2022, se recicló 1.5 ton de residuos orgánicos, evitando su disposición final y logrando su reintegración a las áreas verdes.

Tratamos también nuestras aguas residuales. Contamos con planta de tratamiento de agua residual doméstica (PTARD) de 14 m3 /día de capacidad, a través de la cual además de las aguas residuales domésticas de nuestras operaciones, con la reciente ampliación de su capacidad, ahora también tratamos las aguas residuales de nuestro policlínico Las Salinas. Con esta práctica no solo se evita la generación de residuos, sino también el uso de agua adicional para el riego de áreas verdes de nuestra central. Por ello, gracias al proyecto de ampliación de la PTARD obtuvimos el Certificado Azul.

Además de estas iniciativas de gestión de residuos en nuestra operación, el año pasado lanzamos la iniciativa “Yo Reciclo”, programa de educación ambiental que busca promover una cultura de reciclaje y cuidado del medio ambiente en alumnos y vecinos de la comunidad. Es así que, en nuestra primera edición, participaron dos instituciones educativas de Chilca beneficiando a 1 150 alumnos, quienes mu-

chos de ellos exhibieron sus proyectos en una feria de reciclaje que se organizó al finalizar los talleres.

¿Cuáles son algunos de los resultados que han logrado con estas iniciativas?

- Gracias a la planta de tratamiento de agua residual doméstica (PTARD), se logró una reducción y valorización de 229 toneladas de residuos en el 2022, que equivale al 47 % de nuestros residuos.
- Nuestro programa “Yo Reciclo” benefició a 1 150 alumnos de dos instituciones educativas de Las Salinas-Chilca.
- En el 2022, hemos reciclado 12 toneladas de residuos como papel y cartón, aparatos electrónicos, aceite, chatarra y plástico.
- En 2022, se recicló 1,5 toneladas de residuos orgánicos de las actividades de poda y de resto de comidas, evitando su disposición final y logrando su reintegración a las áreas verdes de la central.

Próximamente, ¿qué planes tiene en relación al reciclaje o, en general, en beneficio de la sostenibilidad ambiental?

En Fenix nuestro objetivo es seguir reduciendo nuestra huella ambiental. Este año esperamos lograr un mayor porcentaje de valorización de residuos. Así mismo, venimos implementando iniciativas que nos ayuden a gestionar nuestra huella de carbono. Esto a la par del avance de la agenda estratégica de la compañía, como el crecimiento en energías renovables y la oferta de soluciones energéticas que contribuyan a solucionar los desafíos de eficiencia y sostenibilidad de nuestros clientes..

“SIMI SE ENCUENTRA ENMARCADO DENTRO DEL PILAR DE NEGOCIO DE INCLUSIÓN SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL LENGUAJE”

Gianella Sánchez, gerente de Sostenibilidad e Inclusión Financiera de Mibanco, detalla para *Stakeholders* cuál es el propósito del programa SIMI implementado en 46 agencias de la compañía a nivel nacional. También comenta acerca de la formulación de esta iniciativa para favorecer a la inclusión financiera desde una perspectiva multilingüística y multicultural.

● ¿En qué consiste y cuál es el objetivo del programa SIMI de Mibanco?

El programa SIMI (lengua en castellano) es una iniciativa de Mibanco que nace con el propósito de mejorar la experiencia a clientes que se atienden en agencias ubicadas en zonas con importante población quechua-hablante o aimara. Este programa consiste en adaptar la comunicación en agencia a un sistema bilingüe o trilingüe, el cual permita orientar en castellano, quechua o aimara al usuario, según corresponda.

Con esta iniciativa buscamos la inclusión a través del idioma, la revaloración de la cultura del Perú y fomentar el uso de los idiomas originarios.

¿En qué parte de la estrategia de sostenibilidad o de negocio se inserta este programa?

El programa SIMI se encuentra enmarcado dentro del pilar de negocio de inclusión sostenible a través del lenguaje y forma parte de nuestras iniciativas de ESG.

¿Qué antecedentes o diagnóstico tomaron en cuenta para poder formular este programa?

El programa SIMI nace como una iniciativa de los Coaches de Innovación de Mibanco con la finalidad de brindar una mejor atención a los clientes y usuarios de agencias ubicadas en zonas donde predomine el uso de un idioma originario (quechua o aimara) como medio de comunicación, contribuyendo de esta



manera en la inclusión financiera y la bancarización de nuevos clientes.

Según INEI*:

- En el Perú, hay más de 4 millones de personas que tienen una lengua originaria como idioma materno, cifra que representa el 16,3 % de la población.
- El quechua es la segunda lengua más usada en el país (13,9 %) y el aimara es la tercera (1,7 %).

Esta iniciativa comenzó con el levantamiento de información para conocer al público de las agencias en donde hay una población de clientes y colaboradores que hablan quechua y aimara. Luego de varias sesiones de innovación se desplegó un piloto en las agencias Carhuaz y Sicuani de los departamentos

de Áncash y Cusco, respectivamente. Con los aprendizajes de esta primera experiencia, incorporamos 12 agencias más en ambos territorios. Después de haber reforzado las brechas identificadas, hoy tenemos desplegado SIMI en las regiones de Áncash, Cusco, Puno, Huancavelica, Junín, Pasco, Huánuco, Apurímac y Ayacucho.

Actualmente, nos estamos enfocando en Cusco y Puno, por tratarse de regiones donde hay una mayor concentración de quechua hablantes y aimara hablantes:

- En Cusco el 52 % de la población total habla quechua.
- En Puno el 40 % de la población habla quechua y el 25 % de la población habla aimara.

¿Cuál es el alcance de esta iniciativa en las agencias de Mibanco? ¿Cuál es el impacto o resultado que se proyecta tener?

SIMI es una iniciativa que se está desarrollando por fases. La etapa 1 y 2 se desarrolló en el 2021, con un plan piloto en agencias de dos regiones: Cusco y Áncash. Aquí se formalizaron los protocolos de orientación a clientes en idioma originario, se identificó a los colaboradores que dominan el idioma en diferentes zonas del país, a fin de conocer el alcance del proyecto.

Para el 2022, complementamos toda la información recogida por los equipos del banco con data del Estado. Todo esto nos permitió realizar el vestido total de las agencias con señaléticas bilingües (quechua y aimara) y capacitar a los colaboradores de nuestras agencias para que puedan brindar la mejor orientación a nuestros clientes. Para este año, sumaremos al proyecto capacita-

Esta iniciativa comenzó con el levantamiento de información para conocer al público de las agencias en donde hay una población de clientes y colaboradores que hablan quechua y aimara.

ciones de Educación Financiera en idioma quechua Collao.

En la actualidad, el programa SIMI se ha implementado en un total de 46 agencias a nivel nacional, es decir en el 100 % de agencias ubicadas en zonas donde prevalece una mayor población que habla un idioma originario.

¿Qué otras acciones planean implementar al respecto o han venido

trabajando en favor de esta inclusión financiera?

Con el objetivo de seguir contribuyendo con la inclusión financiera a través del lenguaje, queremos fortalecer SIMI. Para lograrlo, estamos trabajando en la siguiente fase que consiste en traducir la información de los productos y servicios en quechua y aimara. Además, estamos evaluando atender en lengua originaria a través de canales digitales y un call center...



REPSOL PERÚ IMPULSA CRUZADA VERDE EN VENTANILLA

La campaña “Sembrando Vidas” cuida el medio ambiente a través de la plantación de mioporos en el A. H. Víctor Raúl Haya de la Torre, Ventanilla. La iniciativa es impulsada por Repsol Perú, la Municipalidad de Ventanilla y la ONG Vida.

Con el fiel compromiso de cuidar el medio ambiente y a la población, Refinería La Pampilla del Grupo Repsol, en alianza con la Municipalidad de Ventanilla y la ONG Vida, fomenta la gran campaña “Sembrando Vidas” en el distrito. Con el apoyo de más de 100 voluntarios se plantaron 400 mioporos, especie que se adapta muy bien al tipo de suelo y requiere poca agua, en la ribera del río Chillón en el A. H. Víctor Raúl Haya de la Torre.

“Estamos sembrando vidas como dice el lema de la actividad”, destacó Luis Vásquez, director de Comunicaciones y Relaciones Institucionales de Rep-

sol Perú, tras el evento en el margen del río Chillón.

Sostuvo también que se han plantado 200 árboles en el colegio Haya de la Torre en compañía de los estudiantes y que este proceso seguirá para beneficiar no solo al ecosistema, sino también a la salud de los vecinos.

“Queremos que el distrito mejore y progrese”, enfatizó.

A su turno, el alcalde de Ventanilla, Jhovinson Vásquez, resaltó que “sembrar un árbol es sembrar una vida”. “Permitirá la limpieza de nuestros pulmones una vez que esto empiece

Estamos sembrando vidas como dice el lema de la actividad”. “Queremos que el distrito mejore y progrese.



a florecer. No solo es un trabajo de la autoridad, sino de todos los que nos involucramos para tener un mejor ecosistema y una flora y fauna limpia. Agradezco a Repsol y a la ONG Vida. Venimos haciendo trabajos en conjunto, no solo para ver el tema social, sino también el tema humano”, expresó el alcalde. Además, anunció que pronto replicarán estas acciones en la auxiliar de Angamos, parque Porcino y en las avenidas principales de Pachacútec.

Arturo Alfaro, presidente de la ONG Vida, instituto para la protección del medio ambiente, refirió que la cruzada verde en el A. H. Víctor Raúl Haya de la Torre es muy importante, pues busca mejorar la calidad de vida de los moradores. Asimismo, recordó que en 1999 Refinería La Pampilla empezó a ayudar a ONG Vida con la campaña de limpieza de playas.

“Nosotros realizamos la ‘International Coastal Cleanup’ (Limpieza Internacional de Costas), que se hace en más de 90 países. Repsol es la única empresa que desde 1999 nos ha seguido apoyando”, contó. “Ahora estamos viendo el tema de la reforestación. Tenemos la meta de llenar de árboles a todo Ventanilla. Estamos asumiendo la cruzada verde ‘Sembrando Vidas’ con Repsol, junto al municipio, para Ventanilla. Repsol nos ha donado 5 mil plantones que están en el vi-



vero de Pachacútec y en el huerto que tenemos como ONG Vida. Esta es la primera acción y vamos a continuar en colegios, otros AA.HH., parques y avenidas. La meta es sembrar esas 5 mil plantas este año”, analizó.

Por su parte, Luis Vásquez también resaltó el trabajo en conjunto que se viene realizando, lo cual resulta fundamental para que la iniciativa pueda generar un impacto positivo en la comunidad. “Nosotros somos vecinos de Ventanilla, sabemos que este es nuestro vecindario. Sabemos que esta es nuestra comunidad y queremos trabajar junto a ustedes porque creo que es lo más importante. Eso hará que todo este trabajo rinda frutos grandes”.

Programa “Embajadores Tierra”

La alianza entre Repsol Perú y la Institución Acepta inició el programa “Embajadores Tierra”. Este tiene como objetivo principal educar e inspirar a los niños de Ventanilla y Ancón sobre la importancia del reciclaje y de cómo pueden convertirse en auténticos agentes de cambio en sus comunidades.

A través de Embajadores Tierra, los niños tendrán la posibilidad de aprender de manera interactiva, lúdica y divertida sobre las distintas formas en las que pueden contribuir activamente a preservar su entorno.



Finalmente, se refirió a las expectativas para este 2023 y destacó lo que se viene realizando en los últimos años. “Esto está dentro de un plan que tenemos para plantar 5 mil árboles este año en el distrito de Ventanilla. Nosotros hemos coordinado junto con la ONG Vida, la autoridad que nos ha ayudado a acercarnos a la población con la que trabajamos desde hace buen tiempo desarrollando este tipo de actividades”..

“EN KOMATSU-MITSUI MAQUINARIAS PERÚ SOMOS CONSCIENTES DEL USO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS”

Mirtha Rodríguez, directora corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad de Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú, indica que la compañía cuenta con ambiciosos objetivos con miras al 2030 en favor de la sostenibilidad ambiental. Asimismo, recalca que estos se enmarcan dentro de una hoja de ruta medioambiental que toma en cuenta el compromiso en el tema de los accionistas.

● ¿Qué visión tiene la compañía acerca de la importancia de la sostenibilidad ambiental para los negocios?

En Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú somos conscientes del uso responsable de los recursos de tal manera de permitir que las futuras generaciones tengan acceso a éstos, es por ello que nuestros compromisos principales son:

- Actuar responsablemente velando por la protección del medio ambiente, previniendo, reduciendo y mitigando los impactos ambientales que pudieran generarse en nuestras actividades.
- Generar valor compartido con nuestros grupos de interés, entendiendo éste como la creación de beneficios para la sociedad de acuerdo con sus necesidades actuales, de tal forma que no comprometan la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Nuestro enfoque medioambiental es preventivo y se enfoca en iniciativas que van más allá del cumplimiento de la legislación ambiental vigente como la reducción de los impactos ambientales en cada una de nuestras operaciones apoyando la mitigación del cambio climático en las líneas de huella de carbono, energía, gestión del agua, gestión de residuos y en el establecimiento de una cultura del cuidado del medio ambiente en la organización.

Contamos con una hoja de ruta medio ambiental al 2030 elaborada en base a los compromisos medio ambientales de



Mirtha Rodríguez,
Directora corporativa de
HSSEQ y Sostenibilidad
de Komatsu Mitsui
Maquinarias Perú

nuestros accionistas, Mitsui & Co, Komatsu Ltd. y Cummins Inc.

¿Desde cuándo cuentan con una estrategia de sostenibilidad y qué peso tiene en las operaciones de la compañía?

A inicios del 2021, alineados con nuestros valores y cultura empresarial, desarrollamos una estrategia de sostenibilidad corporativa, que integra los principios del desarrollo sostenible a nuestra estrategia del negocio a través

de la gestión de cuatro pilares estratégicos: Social, Medio Ambiente, Diversidad & Inclusión e Integridad.

Komatsu-Mitsui cuenta con un Comité de Sostenibilidad, liderado por el CEO de la compañía, con la participación de la Vicepresidencia de Komatsu, Vicepresidencia Corporativa, Gerencia General de nuestra subsidiaria Distribuidora Cummins Perú, Dirección Corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad

y Champions por cada pilar estratégico. Este equipo multidisciplinario lidera y apoya el despliegue de diversos proyectos e iniciativas estratégicas.

Lograr un equilibrio entre el aspecto económico, social y ambiental, a través de la implementación de criterios sostenibles, es nuestro mayor compromiso.

Específicamente, ¿en qué marco de la estrategia de sostenibilidad o de negocio se despliegan las acciones acerca del medio ambiente?

Tal como se mencionó inicialmente, contamos con una hoja de ruta medioambiental al 2030 que constituye la columna vertebral de nuestro pilar ambiental. Nuestra estrategia y planes de acción están enfocados en la mejora de la gestión ambiental en cuatro frentes:

- Gestión de gases de efecto invernadero
- Gestión del agua
- Eficiencia Energética
- Economía Circular

Siendo nuestros principales objetivos al 2030:

- Mantener al 100 % el cumplimiento legal ambiental
- Nuevas instalaciones 100 % ecoamigables
- Reducir en 30 % nuestra huella de carbono a nivel nacional
- Nuestra planta principal ubicada en el Callao carbono neutral al 2030
- 30 % de reducción en el consumo de agua en nuestra sede principal del Callao
- Cero disposición a rellenos sanitarios de desechos no peligrosos

¿Podría mencionar algunos resultados o los impactos que se han logrado?

En Komatsu-Mitsui hemos incorporado iniciativas pioneras y hemos tenido impactos entre los que se destacan:

- Obtención de la cuarta estrella de la plataforma ‘Huella de Carbono



Nuestro enfoque medioambiental es preventivo y se enfoca en iniciativas que van más allá del cumplimiento de la legislación ambiental vigente.

Perú’ del Ministerio del Ambiente, debido a la reducción de gases de efecto invernadero por dos años consecutivos.

- Construcción de la primera sucursal ecoamigable de nuestra subsidiaria Distribuidora Cummins Perú en Arequipa, con la cual obtuvimos los premios LATAM Business Impact Award, Global Impact Award y el Premio Pro Activo 2021.
- Remodelación de las oficinas y la construcción del primer almacén ecoamigable dentro del proyecto Antapaccay, nuestro cliente minero en la provincia cusqueña de Espinar. El proyecto contempló un diseño sostenible y 100 % carbono neutro, con implementación de paneles solares, sectorización de sistemas de iluminación para una eficiencia en el uso del recurso y en una estructura de almacenamiento de racks auto soportados, para evitar tener mayor estructura metálica. Para construir las oficinas se reutilizaron contenedores y se contrató a proveedores

cercanos a la zona para mitigar las emisiones de dióxido de carbono (CO2), compensadas en su totalidad a través de la compra de créditos de carbono.

- Fuimos la primera compañía de Sudamérica en unirse a la iniciativa Vuela Neutral de la aerolínea LATAM, a través de la cual neutraliza los vuelos que realiza. La compañía compensa estas emisiones mediante el proyecto ‘Manejo forestal comunitario Nii Kaniti’, una iniciativa de gestión forestal sostenible por comunidades indígenas de la Amazonía peruana, que se desarrolla en siete comunidades indígenas pertenecientes a las etnias shipibo-conibo y cacataibo asentadas alrededor del río Ucayali y que manejan un área de 119 837 hectáreas de selva tropical. ‘Manejo forestal comunitario Nii Kaniti’ comprende seis de los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Acción climática, vida de ecosistemas terrestres, consumo y producción responsable, trabajo decente y crecimiento



económico, hambre cero, y fin de la pobreza. La iniciativa aborda los impulsores económicos locales de la deforestación y la degradación forestal mediante el apoyo al desarrollo de empresas socialmente inclusivas, la implementación del uso adecuado de tierras comunales y la creación de capacidades para la gestión de los recursos naturales. Vuela Neutral –desarrollado junto a la firma de soluciones contra el cambio climático Choose– entrega a los clientes corporativos de LATAM la opción de compensar el CO2 de sus vuelos de negocios; pero, además, por cada tonelada que el cliente corporativo compense, la línea aérea igualará la compensación, con lo cual duplica la contribución al proyecto seleccionado.

- Junto a Enel Perú, vamos hacia el camino de la transición energética, recibiendo el certificado de energías renovables (SGS), que acredita que la cantidad de energía equivalente a la energía consumida en el año 2022 fue generada a partir de fuentes renovables e inyectada al Sistema Eléctrico Interconectado Nacional del Perú (SEIN).

En el corto o mediano plazo, ¿qué planes tienen, en general, en beneficio de la sostenibilidad ambiental?

El 2023 venimos trabajando en iniciativas ambientales que van más allá del cumplimiento legal, entre las cuales destacan:

Sucursales ambientalmente sostenibles: Programa con 5 niveles de certificación: Candidato, Básico, Intermedio, Avanzado y Verde.

El diagnóstico contempla la evaluación de 8 elementos:

- Eficiencia Energética
- Energías renovables no convencionales
- Climatización
- Consumo eficiente del agua
- Gestión de residuos
- Transporte y estacionamientos
- Proveedores
- Gestión y Liderazgo

Se ha llevado a cabo el diagnóstico de 11 de nuestras sedes a nivel nacional y se tiene planeado para el 2023 contar con 4 sedes en nivel intermedio.

Implementación de las 7 reglas de conservación ambiental:

- Mantenimiento y reparación de equipos en suelos descubiertos
- Lavado de equipos y componentes
- Almacenamiento de sustancias químicas
- Pintado de equipos y componentes
- Descarga de efluentes
- Transporte y disposición final de residuos
- Protección de la biodiversidad

Estas reglas apuntan a un sentido trascendental y tienen por objetivo evitar la ocurrencia de incidentes que generen un impacto negativo en el medio ambiente.

La implementación de esta iniciativa viene a reforzar el compromiso que tenemos como compañía con el cuidado del medio ambiente y apalancar el desafío de lograr operaciones mucho más sostenibles camino al 2030.

Estas reglas tienen un componente cultural muy importante, y en ese sentido buscamos que nuestro personal se acerque a ellas, las entienda, incorpore y comparta en sus equipos de trabajo. ..

LA AMAZONIA: UN LLAMADO A LA ACCIÓN DE LA EMPRESA PRIVADA POR SU PRESERVACIÓN



CARLA SÁNCHEZ
Jefe de Sustentabilidad de Natura

La Amazonia, ese exuberante y vasto territorio que alberga una increíble diversidad de flora y fauna, enfrenta actualmente grandes desafíos. La deforestación, la explotación ilegal de recursos naturales y el cambio climático ponen en riesgo la supervivencia de este ecosistema vital para nuestro planeta. Ante esta realidad, es imprescindible que todos los actores de la sociedad unan esfuerzos que capitalicen acciones a favor de su conservación. Es ahí que la empresa privada debe jugar un papel activo y responsable en la preservación de esta invaluable región.

Este ecosistema es mucho más que una fuente de biodiversidad. También es hogar de comunidades indígenas y locales que dependen de sus recursos naturales para subsistir. La deforestación y la explotación indiscriminada amenazan sus modos de vida, su cultura y su conexión ancestral con la naturaleza. Es momento que todos reconozcan la importancia de la Amazonia y se comprometan a protegerla, no solo por su valor ambiental, sino también por su valor social y humano.

En este contexto, desde Natura hemos asumido el desafío de preservar la Amazonia a través de nuestra causa Amazonia Viva. Mediante alianzas estratégicas con comunidades amazónicas y proyectos de reforestación,

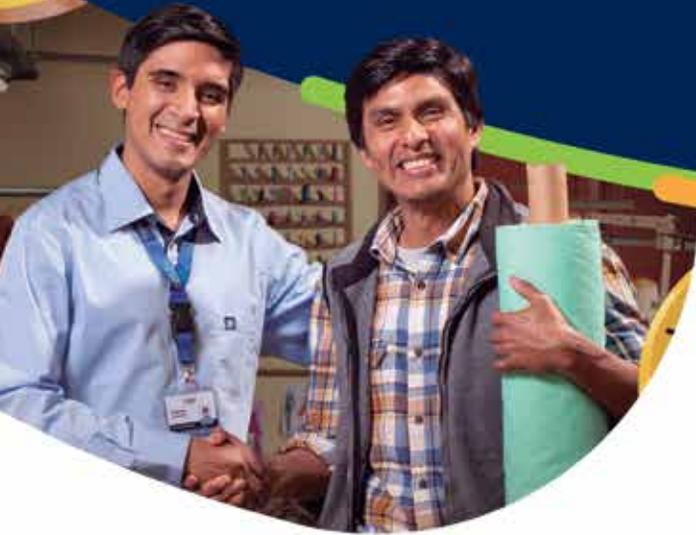
buscamos conservar la biodiversidad y salvaguardar los conocimientos tradicionales de sus habitantes. Sin embargo, esta tarea no puede ser llevada a cabo por una sola empresa.

La empresa privada, dentro de su alcance puede adoptar prácticas sustentables, que minimicen su impacto ambiental y que promuevan el desarrollo de las comunidades locales. Es interesante mirar las oportunidades de la inversión en proyectos de conservación, la promoción de la economía verde y la implementación de cadenas de suministro responsables que son algunas de las acciones que pueden marcar la diferencia.

Los diferentes actores que se comprometen con la preservación de este invaluable ecosistema contribuyen a la mitigación del cambio climático, al fortalecimiento de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades locales. Es momento de actuar y asumir la responsabilidad que nos corresponde como empresa privada. La Amazonia nos protege. Hoy, ella nos necesita y merece ser protegida por cada uno de nosotros. ..



Boletín de Sostenibilidad 2022



Somos la entidad en Microfinanzas con **mayor reconocimiento en inclusión financiera**, cumpliendo nuestro propósito de ser personas sirviendo a personas.

■ Inclusión Financiera


Contamos con **207 oficinas** a nivel nacional


7,631 millones en cartera de créditos
522,000 clientes


5,927 millones en cartera de depósito
1.275 millones de clientes


51% Mujeres


52% de la cartera Mujeres

MyPE >>

80% de desembolsos

75% de clientes en cartera vigente

S/6000 en crédito promedio

■ Productos inclusivos


Agua más
7,497 clientes
S/27 millones


Supérate Mujer
25,331 clientes
S/59 millones


Credifinanzas
50,624 clientes
S/112 millones

■ Canales más usados

Enlazamos personas a través de nuestros canales digitales


70% de las operaciones son digitales


20% más transacciones en el 2022 versus 2021


97% de las operaciones en agencia se hacen en el APP



■ Educación Financiera

21,500 personas en temas de hábitos financieros y emprendimiento.





Voluntariado

1000 colaboradores

a nivel nacional

Programas de Educación Financiera



finanzas
para todos

kallpa
warmi

aprende
emprende

Equidad

Somos un equipo de



4574
personas



2,286
mujeres

2288
hombres



Clima
Laboral

74%

50% de ambos géneros

Medio Ambiente

Reciclaje



17
toneladas



289
árboles



Huella de Carbono

Mitigamos

2065tCO2e

Distintivo por 4to
año consecutivo

Agencias Fotovoltaicas



3 agencias

40% en ahorro
de energía eléctrica

Reconocimientos

EMA
EMPRESAS MÁS
ADMIRADAS



Reconocida por
cuarto año
consecutivo.

merco
RESPONSABILIDAD ESG

Merco ESG

Puesto 61, avanzamos 2 posiciones.

merco
TALENTO

Merco Talento

Puesto 24, avanzamos 19 posiciones.

merco
EMPRESAS Y LÍDERES

Merco Empresas

Puesto 29, avanzamos 18 posiciones.

Somos la 1ra
entidad
microfinanciera
en el ranking

Alianzas



Red Acción

Alianza Global de
Banca en Valores

Trabajamos con las siguientes ODS

4

Educación
de Calidad

5

Igualdad de
Género

8

Trabajo
Decente
y Crecimiento
Económico

10

Reducción
de las
Desigualdades

12

Producción y
Consumo
Responsable

13

Acción por
el Clima

17

Alianzas
para lograr
Objetivos

“LA SOSTENIBILIDAD ES PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO”

Verónica Bonifaz, directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad para Perú y Ecuador de Coca-Cola, cuenta en esta entrevista la apuesta de la compañía por la sostenibilidad en todas sus operaciones. Explica también que las acciones en economía circular se cimentan en el pilar denominado Un Mundo sin Residuos, en donde han desarrollado diferentes iniciativas.

¿Qué tan fundamental es para la compañía desplegar un enfoque de sostenibilidad en el modelo de negocio?

En Coca-Cola la sostenibilidad es parte fundamental de nuestra estrategia de negocio y del propósito de la compañía: refrescar al mundo y hacer la diferencia creando un negocio más sustentable y un mejor futuro para las personas, las comunidades y nuestro planeta.

Actualmente, contamos con tres pilares principales: Un Mundo sin Residuos, Cuidado del Agua y Empoderamiento Económico. Nuestro compromiso por Un Mundo sin Residuos busca contribuir al desarrollo de una economía circular en los envases, con un enfoque en la retornabilidad y en lograr un 100 % de recolección para permitir su reutilización.

Respecto al cuidado del agua, usamos el recurso con responsabilidad y eficiencia, mejorando la seguridad hídrica donde más se necesita y devolviéndola a las comunidades y la naturaleza. En el pilar de Empoderamiento Económico, ayudamos a las bodegas a mejorar la gestión de su negocio, en su proceso de digitalización y con equipos de frío y otros incentivos. Vale señalar que la mayoría de nuestros esfuerzos en sostenibilidad, son realizados en conjunto con nuestro socio embotellador Arca Continental Lindley.

¿Desde cuándo cuentan con una estrategia de sostenibilidad y cómo han venido trabajando en el pilar Un Mundo sin Residuos?

Coca-Cola viene trabajando en temas de sostenibilidad durante varias décadas.



Verónica Bonifaz
Directora de Asuntos Públicos,
Comunicaciones y
Sostenibilidad para Perú y
Ecuador de Coca-Cola

En los últimos diez años hemos intensificado los esfuerzos y desarrollamos una estrategia de sostenibilidad con metas muy ambiciosas al 2030.

Nuestro compromiso por Un Mundo sin Residuos (uno de los tres principales pilares que mencioné al inicio) busca contribuir al desarrollo de una economía circular en los envases, con un enfoque

en la retornabilidad y en lograr un 100 % de recolección para permitir su reutilización.

Los envases retornables son una solución ideal y asequible para los consumidores que velan por la sustentabilidad, al tiempo que ofrece comodidad en los precios ya que pagamos únicamente por el contenido. Los envases retorna-

bles de vidrio se pueden usar alrededor de 25 veces en promedio, mientras que los de PET tienen alrededor de 12 usos. Ambos tipos de envases están fabricados con materiales de alta resistencia, que permiten su reutilización de acuerdo con los más altos estándares internacionales en materia de calidad y seguridad. Actualmente en el Perú, más del 30 % de nuestras ventas provienen de envases retornables de vidrio y plástico. Hemos implementado el modelo de botella única o botella universal, que permite el intercambio del formato familiar de 2.5 Ltrs entre las diversas marcas de nuestro portafolio.

¿De qué manera se inserta el tema del reciclaje en el pilar Un Mundo sin Residuos? Además, ¿qué tipo de articulación han establecido con otros actores, por ejemplo?

Como parte de nuestro pilar de sostenibilidad Un Mundo sin Residuos, y los esfuerzos para contribuir con el desarrollo de una economía circular en los envases, el reciclaje es un eslabón que forma parte de los tres objetivos de este pilar:

- **Diseño:** lograr que el 100 % de nuestros envases sean reciclables a nivel mundial para 2025. Utilizar al menos un 50 % de material reciclado en nuestros envases para 2030.
- **Recolección:** reducir los desechos recolectando y reciclando una botella o lata por cada una que vendamos para 2030.
- **Asociación:** trabajar mancomunadamente por un medio ambiente y océanos saludables y libres de desechos. En cuanto a iniciativas, relacionadas directamente al reciclaje y al trabajo en asociación, gracias a un grant de Fundación Coca-Cola, nuestro aliado Sinba ha implementado un Centro Inclusivo de Reciclaje Circular (CIRC), que permite valorizar más de 10 toneladas de residuos reaprovechables al día.

Otro ejemplo es nuestro programa Bodegas sin Residuos. Esta iniciativa está enfocada en nuestro canal tradicional, las bodegas, donde instalamos puntos de recolección de botellas PET – con contenedores en forma de botella con la marca San Luis - para su posterior reciclaje.

De esta manera, los bodegueros reciben capacitaciones y facilitamos e incentivamos a que las personas desechen correctamente los envases. Esto es ejecutado en conjunto con nuestro socio embotellador Arca Continental Lindley y la ONG Recicla Latam.

Asimismo, el año pasado la marca Sprite cambió su tradicional botella de plástico PET verde a transparente, ya que las botellas transparentes son más fáciles de reciclar. Finalmente, en abril de 2019, lanzamos al mercado la primera botella de Perú hecha 100 % con resina reciclada bajo la marca San Luis. Un hito para la industria y para el país.

En esa línea, ¿cuáles son las metas que han venido asumiendo en torno al reciclaje o circularidad de los envases?

Coca-Cola tiene compromisos públicos con metas claras, cuyos avances y aprendizajes se publican todos los años en nuestro Business & Sustainability Report.

Por ejemplo, en el pilar de Un Mundo sin Residuos tenemos metas como:

- Lograr que el 100 % de nuestros envases sean reciclables a nivel mundial para 2025. Al 2022, el 90 % de nuestros envases son reciclables (Global) y 97,4 % (Latam al 2020).
- Utilizar al menos un 50 % de material reciclado en nuestros envases para 2030. Al 2022, nuestros envases tienen un 15 % de contenido de PET reciclado (Global), 21,41 % (Latam) y 25 % (Perú).
- Reducir los desechos recolectando y reciclando una botella o lata por cada una que vendamos para 2030. Al 2022, el 61 % de nuestros envases a nivel global, se recoge para reciclaje.
- Para el año 2030, nuestro objetivo es que al menos el 25 % de nuestras bebidas a nivel mundial, en términos de volumen, se vendan en botellas de vidrio o plástico retornables. En el Perú, actualmente, más del 30 % de nuestras ventas provienen de envases retornables de vidrio y plástico.

En términos de cuidado del agua, nuestro primer objetivo en este ámbito fue devolver el 100 % del agua que utiliza-

mos en nuestras bebidas a las comunidades y la naturaleza para 2020. Actualmente, a nivel global ya devolvemos el 159 % y en el Perú más del 100 %.

En octubre de 2020, Coca-Cola Perú y Arca Continental Lindley fuimos las primeras empresas en recibir el sello de reconocimiento por cumplir el 100 % de las metas del Acuerdo de Producción Limpia - APL. Este fue otorgado por los ministerios del Ambiente (Minam) y de la Producción (Produce). Ello afianza nuestro compromiso con la reutilización de empaques de vidrio y PET, así como con la promoción del reciclaje de envases de plástico.

Para finalizar, ¿qué proyectos o programas tienen en agenda para seguir contribuyendo al reciclaje o la sostenibilidad medioambiental?

En Coca-Cola hemos asumido la responsabilidad de tomar acción para generar cambios positivos, pero también somos conscientes de que la mejor manera de lograrlo es trabajando juntos y de manera articulada con distintos actores sociales. Trabajar en alianzas sostiene nuestros pilares de actuación en sostenibilidad: Un Mundo sin Residuos, Cuidado del Agua y Empoderamiento Económico.

En esa línea, hace poco lanzamos nuestra campaña para América Latina, denominada Somos Muchos, que busca celebrar y reconocer que cada vez somos más quienes nos hemos propuesto actuar para conseguir cambios positivos.

Finalmente, el próximo viernes 09 de junio desde las 9:00 a. m. realizaremos, de la mano con nuestro socio embotellador Arca Continental Lindley, una limpieza en la playa Los Pescadores, ubicada en el distrito de Chorrillos, para contribuir con el cuidado del medioambiente. Para esta acción, contaremos con el apoyo de nuestro aliado Recicla LATAM, entidad que nos brindará soporte tanto en la convocatoria de voluntarios, así como en la implementación logística y capacitación de la importancia de preservar el planeta. ..

CAJA AREQUIPA ABRE PRIMERA AGENCIA ECOAMIGABLE

Entidad microfinanciera inaugura oficina *premium* en Miraflores y alista apertura en Surco y San Borja.

En la búsqueda de innovar y estar alineada al eje de desempeño ambiental, Caja Arequipa abrió a fines de mayo su primera agencia con atributos ecoamigables. Ubicada en Miraflores, la nueva oficina Larco ofrece un concepto verde que incluye políticas de consumo mínimo de papel y plástico, zona *pet-friendly*, espacios digitales y toda folletería es reemplazada por el sistema QR.

“Hoy seguimos creciendo y posicionándonos en Lima, reafirmando el servicio personalizado a nuestros clientes y sus familias, acompañándolos, motivándolos a perseguir sus sueños y construir un mañana mejor”, señaló César Arriaga, vicepresidente de Directorio de Caja Arequipa.

Desempeño medioambiental de Caja Arequipa

Esta propuesta ecosostenible de Caja Arequipa despegó en el 2019, con la apertura de la primera agencia fotovoltaica en el sur del país que, haciendo uso de la luz solar y eficiencia energética, logra el ahorro del 40 % de energía eléctrica equivalente a 2 197 kwh. Actualmente, la entidad arequipeña cuenta con 3 agencias fotovoltaicas y viene preparando seis oficinas más para este año en diferentes puntos del Perú.

El manejo de políticas de reducción de consumo de papel y plástico, es otra de las iniciativas que logra mitigar el impacto en el medio ambiente. A la fecha, el equipo de Caja Arequipa ha reciclado más de 40 toneladas, equivalente a 673 árboles protegidos de nuestro ecosistema.

Vigilantes de estas diferentes acciones de eficiencia medioambiental a nivel nacional, Caja Arequipa mide año a año su desempeño y ha obtenido el reconoci-



miento del Ministerio del Ambiente por lograr mitigar 2 065 tCO₂e recibiendo la certificación de “Huella de Carbono” por cuarto año consecutivo.

Única caja ESG

El triple desempeño social, medioambiental y económico de Caja Arequipa es reconocido en el Ranking Merco ESG que distingue la trayectoria empresarial en responsabilidad social, ambiental y gobierno corporativo, siendo la única microfinanciera en el ranking nacional ubicándose en el top 5 del competitivo sector banca por cuarto año consecutivo.

Su participación también trasciende escenarios nacionales en búsqueda de

espacios para compartir iniciativas y mejores soluciones a los desafíos ambientales y sociales. Es así que Caja Arequipa forma parte de la Alianza Global Banca con Valores (GABV), red de banca basada en valores más grande del mundo, que cuenta con la participación de 70 entidades bancarias y busca generar un impacto responsable a nivel económico, pero también social y ambiental de manera sostenible.

“Estamos acelerando nuestro crecimiento, pues sabemos que hay más familias que necesitan de un aliado estratégico para hacer crecer sus ahorros y negocios, pero también estamos comprometidos con generar un impacto social y ambiental para la comunidad”, subrayó Arriaga..

cabify para empresas

Movilidad corporativa al ritmo de tu negocio.

Con Cabify para Empresas tendrás la solución de transporte y envíos ideal para ti y tus colaboradores.



Control de gastos

Gestiona el consumo de tu empresa mediante informes inteligentes.



Facturación Flexible

Decide cuándo y cómo pagas por tus trayectos.



Movilidad Sostenible

Muévete compensando el CO2 de todos tus viajes.

Empieza a moverte seguro y cuidando el medio ambiente.



Contáctanos aquí



Mibanco alcanzó la Tercera estrella del Programa “Huella de Carbono Perú”

Somos la única empresa* a nivel nacional en recibir esta distinción otorgada por el Ministerio del Ambiente (MINAM), por medir, verificar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero como parte de nuestro plan de gestión ambiental 2022.

Este reconocimiento es el resultado de las diferentes iniciativas de desempeño ambiental que realizamos a fin de alcanzar la carbono neutralidad al 2032.

Desde Mibanco trabajamos por el desarrollo sostenible del país, reafirmando nuestro compromiso activo con el ambiente y su entorno.



El mañana es de todos



*Medición correspondiente al período ENE-DIC 2022 - Información oficial de la web “Huella de Carbono” al cierre de abril de 2023 - MINAM 2023.