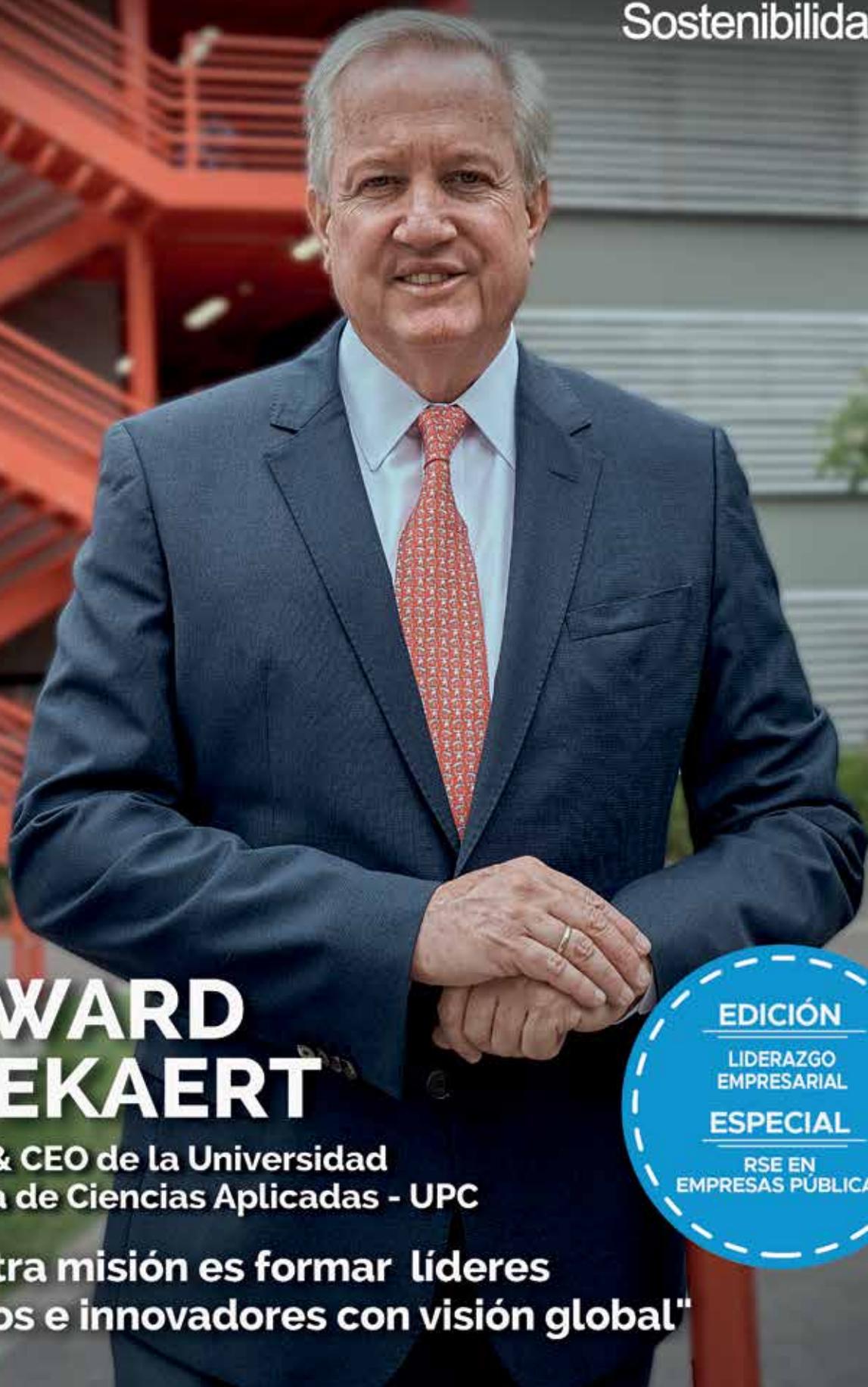


# Stakeholders

Sostenibilidad



## EDWARD ROEKAERT

Rector & CEO de la Universidad  
Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

"Nuestra misión es formar líderes  
íntegros e innovadores con visión global"





# RENOVAMOS UN PACTO ANCESTRAL

PROMOVEMOS LA AGRICULTURA PERUANA

Beneficiando a más de 1200 familias a través del cultivo de cebada maltera, maíz y otros insumos peruanos para crear bebidas con sabor a nuestra tierra.



SOLO MAYORES DE 18 AÑOS  
[www.hablemosdealcohol.com](http://www.hablemosdealcohol.com)

SOLO +18

UNIÓN DE CERVECERÍAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A. - RUC 20100113610

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

# ¡POSTULA TU IDEA A VOCES Y GANA 15.000 USD!

VOCES por el Bienestar busca las mejores ideas que, a través de la digitalización, permitan que más personas tengan acceso a servicios de **salud, alimentación y educación**, necesidades fundamentales para una mejor calidad de vida.

**POSTÚLATE HASTA  
EL 20 DE SEPTIEMBRE DE 2023**

## PREMIOS

15.000 USD para cada idea ganadora.

Asistir al One Young World Summit 2024 de Montreal.

Acompañamiento de expertos del equipo Credicorp.

Visibilización de la idea con actores clave.



¡INSCRÍBETE  
AQUÍ!

## REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

Tener entre 18 y 32 años.

Vivir en Perú, Colombia, Chile,  
Bolivia o Panamá.

Tener una idea individual o grupal  
que busque crear mejores  
condiciones sociales a través de  
la digitalización.

Para más detalles de etapas,  
términos y condiciones, entra a

**VOCESCREDICORP.COM**



# 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

Un liderazgo consciente y comprometido con la sostenibilidad del planeta es lo que necesitan en la actualidad las empresas. Tal como se menciona en una de las entrevistas en la presente edición: “Un líder empresarial consciente reconoce al medio ambiente como un *stakeholders* importante”. Y es que urge que este compromiso no sea simplemente un saludo a la bandera o una actitud reactiva frente a alguna normatividad. Es necesario que el líder del siglo XXI encamine a su organización por el único sendero posible, el sostenible.

En este panorama, esta edición de *Stakeholders* tiene por tema central el liderazgo empresarial desde una mirada que busca aunar perspectivas acerca de cómo lograr un liderazgo comprometido no solo con el medio ambiente, sino también con el aspecto social y, quizá más vital, el humano que todo CEO, gerente o ejecutivo debe contar para el éxito empresarial y el planetario.

En la sección Especial, se aborda el avance de la Responsabilidad Social en el ámbito del sector público. Esta se muestra aún con grandes retos al respecto, y también con enormes oportunidades, tal como como el sector privado ha demostrado que existen. Finalmente, diversos líderes y empresas plasman en las siguientes páginas sus compromisos con las comunidades y el medio ambiente, una muestra de que se sigue avanzando y que el tema sigue preocupando y ocupando al sector.

Como siempre, 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 sus artículos por hacer del Perú un país más sostenible.

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



## En ISA REP transmitimos energía mientras cuidamos lo que menos ves

Trabajamos para llevar energía confiable por todo el país, y al mismo tiempo, cuidamos la naturaleza, nos preocupamos por la preservación de la vida y el bienestar de las comunidades.



Escanea y  
conoce más



@isarep.conexiones

[www.isarep.com.pe](http://www.isarep.com.pe)

isa  
REP

# UNA NUEVA MIRADA A TEMAS CRÍTICOS PARA LA HUMANIDAD



## 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](mailto:kliksberg@aol.com)

El mundo tiene muy complejos problemas por delante. Entre ellos los siguientes, en donde a diario hay nuevos desarrollos.

### Las preocupaciones de Gates con la Inteligencia Artificial (IA)

Gates, el mayor filántropo del planeta y quien dona anualmente a través de su fundación 9 mil millones de dólares para causas humanitarias, se ha convertido asimismo en un innovador social que se pronuncia con frecuencia sobre grandes temas de interés público. Recientemente alertó sobre diversos riesgos que trae consigo la inteligencia artificial, que contiene sin dudas amplias potencialidades para aportar al progreso de la humanidad, pero señaló:

1) Que puede ser utilizada por las fuerzas más regresivas para copar con noticias e imágenes falsas los espacios y las redes sociales en los procesos políticos democráticos, y descalificar candidatos honestos y encumbrar dictadores, corruptos y demagogos. La velocidad de disparar mensajes apócrifos de la inteligencia artificial es inédita y va creciendo continuamente. Ilustra los riesgos de las llamadas "granjas de contenidos". Las investigaciones muestran que hay páginas que usando la IA están emitiendo 8 500 artículos y noticias diarias. Nadie puede producir esa cantidad a ese ritmo. En pocos días ya aparecieron 60 "granjas" de este tipo, si llegaran a aplicarse al "lavado de cerebros" de los ciudadanos, envenenarían con falsedades el sistema político.

- 2) La IA puede ser un instrumento maestro para el crimen organizado. Puede posibilitar enormes operaciones de hackeo, como está sucediendo con la mafia rusa y otras que están robando bases de datos de instituciones públicas y empresas privadas, y están exigiendo rescates para permitirles su funcionamiento normal.
- 3) Si se pone al servicio de fines militares, puede incrementar exponencialmente las capacidades de destrucción.
- 4) Gates enfatiza que es imprescindible regular cuanto antes la IA y da un ejemplo. Cuando se inició la industria del automóvil, se generaron prontamente regulaciones estrictas para la circulación, carnet de conductores habilitados, normas de manejo, señales de tráfico y otras. Si no se hubiera regulado bien, hubiese habido choques y accidentes continuos. Con la IA debe suceder lo mismo, debe ser regulada y revisada antes de que sus usos negativos puedan extenderse.

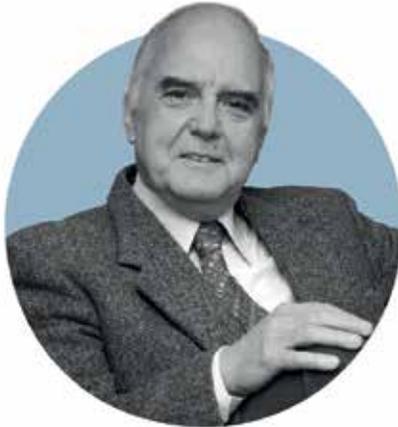
### El ascenso de las olas de calor

Junio 2023 fue el mes más caliente de la historia del planeta, pero julio de este mismo año lo superó. Las olas de calor se han universalizado y han llevado la temperatura en muchísimos países a más de 35° o 40° grados Celsius. Por ejemplo, en México superó los 44 grados. En Estados Unidos, 103 millones de personas sufrieron olas de calor intensísimas. También sucedió en Europa, China y otros países. En una provincia de Irán llegó a 65 grados, lo que la hizo no habitable. Se adjudica entre otras razones a la pésima gestión pública del ambiente. Las grandes olas de calor están afectando actualmente a 4 500 millones de personas. Esas olas llevaron a los Gobiernos a aconsejar no salir a la calle, porque son peligrosísimas para la salud. En Europa, murieron 62 mil personas por el calor en el 2022. Lo que viene, según los pronósticos, por el avance del calentamiento global, son aumentos de la temperatura cada vez mayores.

La ONU ha designado una jefa de calor, quien está aconsejando llenar las ciudades de plazas y árboles, porque absorben dióxido de carbono y traen agua y sombra. Asimismo, propone reducir los espacios para la circulación de autos.

Hay soluciones. Parar el calor con la utilización de energías limpias como la solar, la eólica, la mareomotriz y el hidrógeno verde. ¿Se seguirá demorando enfrentar a los intereses económicos creados que lo impiden y nos inundan de polución y dióxido de carbono? ..

# EDUCACIÓN, AFECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD



**BALTAZAR CARAVEDO MOLINARI**  
Profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú

El grado de corrupción y falsedad que se da en los vínculos hoy en día nos plantea la necesidad de modificarlos radicalmente. La verdad se diluye, la confianza desaparece, la trampa se apropia de todos los procesos en cualquiera de las dimensiones por las que nos desplegamos: el “te quiero” a tu mujer o a tu pareja, la promesa de asistir a una reunión importantísima a la que no irás, la confirmación del voto que tú sabes que no harás, la declaración jurada de un hecho del que no fuiste testigo, el encubrimiento de un acto que todos pueden ver que ocurre pero que intentas convencer de que no se da.

Llegar a ese punto es desechar la empatía que hace posible construir familia, organizaciones consistentes, sociedades integradas, transformaciones sostenibles. Asegurar la continuidad de la vida sobre la Tierra, y, especialmente, construir sociedades humanas democráticas, cohesionadas y ampliamente conscientes de los impactos que producimos para evitarlos o modificarlos requiere afecto y emoción. La mentira, la falsedad y el fraude es un acto calculador que solo tiene el interés puesto en uno mismo. En una sociedad así no puede haber reconocimiento de nada ni de nadie. Así se construye el colapso.

La pregunta que me hago es si es posible transformar esas relaciones en un tiempo adecuado; es decir, evitar el colapso. Sin lugar a duda, la educación es una herramienta fundamental. Cada vez más, los espe-

cialistas insisten en la importancia de la educación en la configuración de la identidad de las personas. La educación, en términos generales, busca ampliar la conciencia humana, incorporar nuevos conocimientos, expandir y profundizar la mirada y el afecto. En otras palabras, asumir la importancia decisiva de los comportamientos éticos.

La educación no solo es escolar, universitaria o académica. No solo es un proceso racional intelectual. La educación es un proceso emocional afectivo. Es el resultado de los vínculos que establecemos cotidianamente con diferentes personas. No solo depende de los maestros y profesores, aunque hay que reconocer su importancia e influencia. Pero, con nuestros actos, también transmitimos mensajes que llegan a todos los ambientes y espacios; depende de todos y cada uno de nosotros. La educación es un acto colectivo; todos estamos involucrados.

La educación se imparte, también, en la vía pública, en los lugares de aglomeración de personas como en las iglesias, los supermercados, en los centros comerciales, en los cines, en los restaurantes o bares, en las empresas, en las organizaciones de cualquier naturaleza que congregan y facilitan el intercambio social.

Revertir el proceso educativo es complejo. Puede tomar mucho tiempo. Hay que establecer, identificar y preparar el clima colaborativo de la sociedad. Hay que evaluar no solo el nivel de información y conocimientos de la población sino la afectividad predominante. Para llevar adelante una iniciativa como esta se requiere una alianza social entre organizaciones de diferente naturaleza, corrientes de pensamiento, perspectivas, y propósitos constructivos.

Si se pudiera generar un mecanismo de conexión afectiva entre poblaciones, escuelas, universidades, iglesias, empresas, equipos de fútbol, vóley, natación, atletismo, organizaciones de la sociedad civil, artistas, grupos de teatro, productores de cine, comunidades campesinas, organizaciones nativas de selva, del norte, centro, sur y selva del Perú; en ese mismo instante se habría detenido el colapso. ..

# LA NUEVA VÍA PARA REGULAR LA SOSTENIBILIDAD



**JORGE MELO VEGA CASTRO**  
Presidente de Responde

La gestión de la sostenibilidad es un proceso voluntario que los líderes de las empresas han comprendido les resulta ventajoso utilizar, por razones de mercado y porque hay aspectos, como es el caso de los laborales y recientemente ambientales, que requieren de cumplimiento legal. Esa es la ruta que han seguido las empresas más grandes y con la aplicación de guías, como la del Global Reporting Initiative, han impulsado el movimiento por la sostenibilidad que hoy está muy consolidado dentro de nuestro acotado sector empresarial moderno.

En el camino, hace más de una década, se dieron iniciativas por regular la entonces llamada Responsabilidad Social Empresarial, para obligar a las empresas a que manejen indicadores y realicen un reporte de esa RSE. Sin embargo, la ISO 26000 aprobada el 2010, señaló el camino que desaconsejaba regular estos temas. Esta norma se definió como una ISO no certificable, por su alto contenido de información intangible que intentar regular no resultaba siendo la mejor opción. Lo que sí ocurrió desde el 2016 y fue por razones de mercado, es que las empresas registradas en la Superintendencia del Mercado de Valores – SMV se obligaban a presentar un anexo adicional a la memoria financiera anual conteniendo información sobre RSE.

Con la aprobación de los Principios Rectores en Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas es que empieza a cambiar el panorama regulatorio a nivel global. No porque surgiera regulación de nuevos derechos, sino porque en esta resolución se incorpora el principio de la debida diligencia para que el compromiso de las empresas de res-

petar los DD.HH. pase por un procedimiento de análisis de riesgo, interacción con los grupos de interés y mecanismos de reparaciones. Este nuevo componente de la debida diligencia es el que está mereciendo regulación en diferentes países del mundo y en la propia Unión Europea, situación que nos lleva a un escenario de obligatoriedad y, por tanto, con mecanismos sancionadores por su incumplimiento.

Lo sustantivo de esta evolución es que el procedimiento normativo, también impulsado por la OCDE para la Conducta Empresarial Responsable, no se regula como uno de Derechos Humanos, sino que se le denomina como de Debida Diligencia en la Sostenibilidad Corporativa o de Debida Diligencia de Sostenibilidad en la Cadena de Suministros. Esto es que las normas se están dictando teniendo como base la sostenibilidad y se enfocan en el potencial impacto que las operaciones de las empresas puedan tener en las personas: clientes, comunidad, trabajadores, ambiente o proveedores. Así los impactos se convierten en violación a los Derechos Humanos y caen en la órbita penal.

Estas nuevas normas sobre debida diligencia se enfocan sobre todo en la cadena de suministros. La trayectoria de la sostenibilidad ya ha verificado que las actuaciones provenientes de terceros muchas veces no cuentan con los controles adecuados y si bien se está siendo muy rigurosos en los procedimientos de compras, no existe propiamente un seguimiento del comportamiento de estas empresas. Siempre escuchamos que por cada empleo directo que generamos en la empresa, este se traduce en 3, 4 o 5 empleos indirectos; esa multiplicación de la cadena y sus impactos es lo que contiene las recientes regulaciones en sostenibilidad. ..



## DISTINTOS LÍDERES PARA DISTINTAS OCASIONES



**HANS ROTHGIESSER**  
Miembro del Consejo Consultivo *Stakeholders*

Hay distintos estilos de liderazgo. Eso ya lo sabemos desde hace mucho, mucho tiempo. Muchos autores los han tratado de tipificar. El psicólogo Kurt Lewin, por ejemplo, hablaba de tipos de ambientes y de estilos de liderazgo. Está el líder autoritario, que tiene un control sobre sus pares y toma las decisiones de manera centralizada y muy frecuentemente por su cuenta. Funciona si tiene una visión clara del panorama. También está el líder participativo o democrático, que recibe las opiniones de todos y las toma en cuenta para tomar decisiones. Tiene la última palabra, pero distribuyen las responsabilidades entre todos. Funciona si se necesita un ambiente colaborativo. Está el líder *laissez-faire*, el líder visionario, el líder entrenador, etc. Hay líderes para todas las ocasiones.

Es tan simple como que no hay que contratar a un carpintero para que haga el trabajo de gasfitero. Hay distintos tipos de empresas, hay distintos retos, hay distintos tipos de equipos a ser liderados, hay distintos tiempos, etc. Es ridículo pensar que un solo líder podrá ser ideal para todas las opciones. Que haber sido un buen gerente general te hace necesariamente un buen ministro de economía. Y, sin embargo, esa es justamente la justificación para sustentar el apoyo a algunas figuras que sobresalieron en el mundo empresarial para que ostenten puestos de alto vuelo en el gobierno. Siempre con resultados desastrosos.

Cuando Pedro Pablo Kuczynski estaba postulando se hablaba con mucha alegría de la necesidad de que el país tenga un “presidente gerente”. Y, ciertamente, cuando ganó puso en ministerios y en cargos claves a personalidades que venían del mundo empresarial. Y fue un desastre. Lo siento, lo fue. Para muchos analistas políticos, el inicio de la crisis política actual se dio en ese momento. Y bien podría serlo. Un Gobierno que había prometido relanzar el milagro económico peruano sería liderado por un economista de primera que puso a otro economista de primera de ministro de economía y a otro economista más de primera de primer ministro. Pero no sirvió. No se solucionaron los problemas que los empresarios reclamaban.

El alemán Lewin -catalogado como uno de los psicólogos más influyentes del siglo pasado- comenzó a publicar su material sobre distintos tipos de liderazgos en la década de 1930. Pero, así como los políticos con sesgo opuesto al libre mercado ignoran u obvian todos los conocimientos económicos de las últimas décadas, porque se creen superiores y soberbiamente retan a la ciencia económica proponiendo políticas económicas disparatadas que llevan a hiperinflaciones y desempleo desbocado, los economistas y ejecutivos empresariales peruanos que entran a política no están muy lejos.

De igual manera se imaginan superiores al conocimiento establecido y de igual manera hacen lo que les recomiendan no hacer. Que un buen gerente no hará un buen ministro. Eso las ciencias políticas lo tienen clarísimo. La psicología también. Quizás haya habido casos excepcionales de ejecutivos que además tenían las habilidades necesarias para ser buen político. Por supuesto que los hay. Pero son casos excepcionales.

Consideren que dentro de una empresa las decisiones se toman independientemente del sesgo político. Si se hace negocio, se hace negocio. Se trata de un asunto numérico. En cambio, en el gobierno sí entra la ideología. En quién se puede confiar, a quién se puede incluir en el equipo de palacio de gobierno, etc., son decisiones que deben considerar una dimensión adicional: la posición política de los demás. Por eso ser un excelente gerente o ejecutivo no es suficiente. Tiene que además tener olfato político. Es decir, otra dimensión de liderazgo. ..

## ¿LÍDERES O EMPRESAS SOSTENIBLES?



**MARÍA HINOJOSA**  
PhD Candidato en Sostenibilidad Ambiental  
en la Universidad de Ottawa  
Jefe de Innovación de Asociación Unacem

Diversas teorías de *management* empresarial brindan un marco conceptual sólido para el liderazgo en las empresas, respaldando la adopción de acciones y decisiones corporativas responsables. La teoría de Grupos de Interés (Freeman) o la teoría de Responsabilidad Social Corporativa (Carroll o Donaldson & Preston) sostienen que una cultura empresarial responsable implica integrar consideraciones ambientales y sociales en la toma de decisiones, así como promover la transparencia en la información.

Los líderes en cargos gerenciales y del Directorio desempeñan roles claves y complementarios para incorporar la responsabilidad y la sostenibilidad en los objetivos empresariales a largo plazo. Gerentes y jefaturas con valores éticos y un compromiso personal hacia la sostenibilidad ejercen una influencia inspiradora que impulsa a la organización hacia acciones genuinas de acción proactiva, especialmente en la resolución de grandes desafíos como los riesgos climáticos. Así, líderes con visión estratégica se convierten en una brújula moral, orientando las decisiones y acciones empresariales a trascender más allá de las metas financieras para considerar también el impacto social y ambiental de las operaciones. Esto permite traducir intenciones en compromisos concretos que se convierten en parte de la identidad y cultura corporativa, influyendo en la operativa diaria, desde el desarrollo de productos hasta la gestión de operaciones con clientes, proveedores y otros grupos de interés. Complementa-

riamente, el papel de los directores es esencial pues no solo ejercen influencia en la dirección estratégica, sino también en la supervisión y vigilancia en cuanto al cumplimiento de los compromisos y objetivos sostenibles. Su función de control exige un alineamiento real de la empresa con los compromisos adquiridos, garantizando que la información divulgada sea precisa y verificable en términos de acciones y resultados.

Sin duda, el comportamiento proactivo de empresas sostenibles refuerza la confianza y establece una base sólida para relaciones duraderas y exitosas, contribuyendo a la construcción de una reputación positiva y respondiendo a una creciente demanda de consumidores leales y responsables. Sin embargo, la falta de transparencia o inexactitud en la información distorsiona la autenticidad de las acciones. El debate actual sobre los *ratings* de sostenibilidad ilustra este caso, ya que se esperaría que reflejen y evalúen un desempeño responsable, pero, por el contrario, crea desconfianza en las intenciones y comportamiento real empresarial. Las diferencias en los criterios y metodologías conllevan a malinterpretaciones y una percepción errónea del desempeño sostenible de las empresas. Por ello, inversionistas responsables, tanto individuales como institucionales, continúan cuestionando la solidez y transparencia de estas metodologías de indicadores cuantitativos cuyos puntajes no logran capturar la complejidad de las prácticas sostenibles.

Entonces, las posturas y acciones de nuestros directores, gerentes o líderes de equipos reflejan la autenticidad, coherencia y transparencia del interés empresarial, fomentando la confianza y el respeto tanto interna como externamente. La divulgación de información y reportes es el refuerzo de un compromiso genuino con la responsabilidad en las acciones empresariales, proporcionando la información necesaria para tomar decisiones alineadas con nuestros valores y objetivos. En este sentido, juntos, líderes inspiradores y responsables forjan un camino hacia la excelencia empresarial. A través de sus roles complementarios, guían a las empresas hacia un futuro sostenible, cimentando una cultura corporativa que trasciende los límites tradicionales. Su enfoque colaborativo demuestra que la responsabilidad va más allá de las palabras, impactando positivamente en nuestro entorno y las generaciones venideras. ..

eAwards Perú 2023



AWARDS

NTT DATA FOUNDATION

# ¿Tienes un proyecto tecnológico?

Impulsamos tu startup con **\$10,000**

**+ Pase directo**

**al Global eAwards**

**+** MENTORING

**+** RONDA DE INVERSIÓN

PREMIO GLOBAL

**100,000**  
EUROS

INSCRÍBETE  
AQUÍ



GBLEAWARDS.COM

# ¿CÓMO EL LIDERAZGO EN SOSTENIBILIDAD MOLDEA EL FUTURO?



**FELIPE CAJIGA**  
 Experto y ponente internacional en Responsabilidad Social, Sostenibilidad Empresarial y ESG - Fundador de Empresability, el Movimiento Iberoamericano por la Responsabilidad Social

A pesar de la percepción generalizada, en cada empresa, ya sea en sus modernas instalaciones o en sencillas oficinas, se toman decisiones trascendentes diariamente. Estas decisiones no solo determinan el rumbo de la empresa, sino también el de la sociedad y el planeta.

Hoy, la sostenibilidad empresarial debe trascender el ser un “extra” o un complemento deseable en la gestión empresarial. Se trata de un imperativo ético, económico y social, especialmente crucial para quienes ostentan posiciones de liderazgo.

*Al comprender la sostenibilidad, nos enfrentamos a la dualidad de la responsabilidad y la oportunidad.*

Te invito a visualizar un mundo donde cada decisión empresarial se tome considerando un profundo respeto por el medio ambiente, la comunidad, y una economía que prioriza a las personas y al desarrollo sostenible. Esta visión no pertenece a un futuro lejano utópico, sino a una realidad a la que podemos aspirar activamente desde este momento.

*La sostenibilidad es rentable. Es más, es esencial*

Diversos estudios avalan que las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo impactan positivamente al medio ambiente y a la sociedad, sino que también experimentan un retorno financiero favorable. Es una inversión en un futuro equitativo, en una sociedad más justa y en un planeta saludable.

Para encaminarnos hacia este ideal, es imperativo que los líderes empresariales actúen decididamente. A continuación, presento siete recomendaciones prácticas, especialmente relevantes para aquellos líderes que desean ser pioneros en la sostenibilidad empresarial:

- 1. Educarse y capacitarse continuamente:** La sostenibilidad es un campo en constante evolución. Más allá de comprender su esencia, es vital estar actualizado con las últimas tendencias y prácticas. Busca programas de certificación, participa en conferencias y foros especializados.
- 2. Incorporar la sostenibilidad en la estrategia corporativa:** La sostenibilidad no debe ser un anexo. Debe estar entrelazada con la estrategia global, alineando objetivos a corto y largo plazo con metas sostenibles.
- 3. Fomentar una cultura de sostenibilidad:** Esto trasciende las acciones puntuales. Implica promover valores y comportamientos sostenibles en todos los niveles de la organización. Reconoce y premia las iniciativas sostenibles propuestas por tu equipo.
- 4. Colaborar con stakeholders:** Más que un esfuerzo individual, la sostenibilidad es un esfuerzo colectivo. Crea alianzas con proveedores, clientes y comunidades. Estas colaboraciones pueden resultar en soluciones innovadoras y sostenibles que individualmente no se hubieran identificado.
- 5. Medir, evaluar y comunicar:** Establece los KPI claros de sostenibilidad, evalúa progresos y comunica tanto logros como áreas de mejora a tus stakeholders. La retroalimentación será esencial para realizar ajustes y perfeccionar tus estrategias.
- 6. Innovación y adaptabilidad:** Anticipa las necesidades del mercado y adapta tus productos o servicios de manera sostenible. La innovación es una herramienta poderosa para abordar desafíos ambientales y sociales de forma eficaz y rentable.
- 7. Gestión de riesgos:** Identifica y aborda proactivamente los posibles riesgos asociados con la sostenibilidad. Esto no solo protege a la empresa, sino que también asegura que tus prácticas sostenibles sean robustas y a prueba de fallos.

*Las empresas son entidades poderosas*

Cada decisión tomada, grande o pequeña, tiene un efecto dominó que puede generar un impacto positivo significativo en nuestra sociedad y medio ambiente. En un mundo donde las empresas tienen una influencia sin precedentes, esta responsabilidad no puede ser subestimada.

Como líderes empresariales, tienen la palanca para dirigir estos cambios y ser parte activa de esta transformación. El futuro de la sostenibilidad en el ámbito empresarial está en tus manos.

Al cierre de esta reflexión, quiero subrayar que el liderazgo en sostenibilidad no se basa en tener todas las respuestas, sino en hacer las preguntas correctas, en aprender continuamente y en actuar con determinación y convicción.

¿Qué legado desea dejar tu empresa? La decisión está en tus manos, y el tiempo de actuar es ahora..●

# “EL LÍDER EMPRESARIAL DE HOY TIENE LA OPORTUNIDAD DE GENERAR CAMBIOS”

Jennifer Milla, directora de Capitalismo Consciente Perú, dialoga también con *Stakeholders* sobre el papel del liderazgo consciente ante el cambio climático y el capital humano empresarial en tiempo desafiantes.

POR RENZO ROJAS  
rrojas@stakeholders.com.pe

**Después de la pandemia, ¿cuánto considera que esta ha impactado en el liderazgo empresarial?**

Me queda la duda de cuánto de lo aprendido se quedará con nosotros hoy que hemos vuelto a la normalidad. Y si bien parecería que el teletrabajo y los horarios flexibles llegaron para quedarse, el impacto que tiene el bienestar del colaborador y su desarrollo personal en la productividad de la empresa debería ser parte de nuestra conversación, así como la inclusión de los KPI no financieros al momento de evaluar la gestión del CEO y los C-Suite level.

**¿De qué manera el cambio climático viene impactando en el liderazgo empresarial?**

El cambio climático es la consecuencia de nuestras acciones y omisiones. Hoy los ciudadanos a nivel global esperan que los líderes empresariales se involucren y ayuden a resolver los problemas de sus países.

**¿Nos referimos en este escenario a la necesidad de un liderazgo consciente?**

El liderazgo consciente es un liderazgo de servicio y los líderes conscientes deben involucrarse con su entorno, generando impactos positivos en los espacios donde se desarrollan. Un líder empresarial consciente reconoce al medio ambiente como un *stakeholders* importante, no solo porque está obligado a cumplir los criterios ESG y generar un re-



Jennifer Milla  
Directora de Capitalismo  
Consciente Perú

porte de sostenibilidad, sino porque ha entendido que la sostenibilidad de su empresa depende de ello.

**¿Cuál es el rol del líder consciente en este panorama?**

Los líderes conscientes promueven cambios de hábitos, de estilos de vida, de respeto por el entorno y toma de consciencia. También incorporan la innovación en la generación de sus productos, buscando cuidar del planeta, y velando por el adecuado destino que tienen los productos que pone en el mercado. El líder empresarial de hoy tiene la oportunidad de generar cambios positivos, haciendo negocios de una manera más consciente, ejerciendo un liderazgo consciente.

**¿Qué importante es este liderazgo en el capital humano de una empresa?**

El activo más importante de toda

empresa son sus trabajadores. ¿Qué hacemos por ellos? ¿Qué sabemos de ellos? ¿Son solo individuos que llegan a nuestras empresas para cumplir un horario a quienes tenemos que supervisar, delegar tareas y esperar que den lo mejor de sí? Un líder consciente pone al ser humano en el centro del negocio, entendiendo que existe una interdependencia radical con todos sus *stakeholders*, incluidos sus colaboradores y proveedores. Construir relaciones de confianza e invertir en ellos generará impactos positivos en los resultados del negocio y logrará, además, que la empresa sea una empresa querida.

**Se destaca el lado más humano de un líder...**

Para que una persona puede dar lo mejor de sí, se requiere de un líder que sepa escuchar, que sea compasivo, auténtico, coherente, que lidere con el ejemplo. Que saque lo mejor de las personas, identifique los talentos de los miembros de su equipo y que sus labores sean asignadas en sintonía. Que impulse la colaboración y reconozcan los comportamientos que forjen culturas sanas e integradoras, y no las habituales de competencia y llenas de egos. El liderazgo empresarial que el Perú necesita es aquel que siente las bases para recuperar la confianza en la sociedad. La empresa es parte de la sociedad. Forjemos un legado basado en valores en el cual las personas se sientan genuinamente escuchadas y valoradas..

# EL LIDERAZGO Y SU ROL FRENTE A LA BÚSQUEDA DE UNA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Desde el ámbito interno o externo de una compañía, el líder empresarial tiene la oportunidad —responsabilidad— de ser una influencia positiva en el sector privado, el público o la sociedad frente a la crisis climática que enfrenta el planeta.

**POR RENZO ROJAS**  
rojas@stakeholders.com.pe

“Nos enfocamos en la sostenibilidad no porque seamos ambientalistas, sino porque somos capitalistas y fiduciarios de nuestros clientes”. Esta es la ya conocida frase del CEO de BlackRock, Larry Fink, que evidencia que las compañías deben actuar frente al cambio climático no por una visión filantrópica del problema, sino porque existen riesgos latentes para la permanencia de los negocios y, más aún, figuran grandes oportunidades para el crecimiento.

Bajo este panorama, el liderazgo empresarial se erige como el elemento clave de las estrategias de sostenibilidad, ASG u otras que propugnan un enfoque íntegro en el tema, sobre todo por la magnitud de los fenómenos que vienen causando estragos alrededor del mundo, y que impactan directamente en las empresas. El líder, sea desde la esfera privada, pública o social, ocupa de por sí un rol trascendental.

“En medio de la creciente complejidad de la crisis climática, los líderes empresariales desempeñan un papel vital al liderar la adaptación y mitigación de esta amenaza global”, indica Felipe Cajiga, experto y ponente internacional en Responsabilidad Social, Sostenibilidad Empresarial y ESG.

En este contexto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son metas concretas y medibles frente al peligro que enfrenta la humanidad. Es así que los líderes empresariales tienen que contar con la capacidad de enmarcar sus decisiones corporativas dentro de estos



**Carlos Guevara Medina**  
Coordinador académico de la Dirección de Gestión & Administración y Negocios Digitales - UTEC - Universidad de Ingeniería y Tecnología



**Felipe Cajiga**  
Experto y ponente internacional en Responsabilidad Social, Sostenibilidad Empresarial y ESG

objetivos desde una perspectiva proactiva, tal como lo señala Carlos Guevara, coordinador académico de la Dirección de Gestión & Administración y Negocios Digitales de la UTEC.

“Deben reconocer que las prácticas em-

presariales sostenibles no solo son importantes para el medio ambiente, sino que también son esenciales para la supervivencia a largo plazo de sus empresas”, enfatiza.

Para Guevara, en este propósito, es crucial que el liderazgo se despliegue con el ejemplo al adoptar prácticas sostenibles en sus propias empresas y, además, comunicar la importancia de la sostenibilidad a sus empleados y otros actores del sector empresarial.

## Tecnología e innovación

Son muchas las aristas inherentes a la sostenibilidad cuando se la aborda. Desde el aspecto ambiental, resaltan diversas estrategias y mecanismos como la implementación de tecnologías limpias y sostenibles, en las que los líderes empresariales deben estar dispuestos a invertir. Aún cuando parezcan al inicio costosas, los beneficios a largo plazo pueden resultar en ahorros significativos y mejorar la competitividad de la empresa.

“Asimismo, los líderes empresariales también pueden colaborar con otros actores del sector empresarial, incluyendo proveedores y clientes, para promover prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro”, añade Carlos Guevara.

No queda duda de que las actividades económicas experimentan un proceso constante de transformación en la actualidad. Justamente, la innovación y la tecnología se han convertido en factores determinantes porque generan irrup-



ción en los mercados para su beneficio, lo que significa también un reto. Por ello, los líderes deben estar dispuestos a adaptarse a un entorno global en continuo cambio. Esto implica estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y de innovación. Por ejemplo, el empleo de la Inteligencia Artificial (IA) que favorece la adopción de un enfoque sostenible ambiental en varias áreas.

“La IA puede analizar datos en tiempo real y tomar decisiones basadas en algoritmos inteligentes para optimizar el uso de recursos, predecir la demanda, reducir el desperdicio y minimizar el impacto ambiental. También puede monitorear y analizar datos ambientales, ayudar a los agricultores a tomar decisiones informadas y generar diseños eficientes en términos de energía, materiales y recursos”, explica Carlos Guevara.

El especialista agrega que, del mismo modo, los líderes empresariales deben ser capaces de identificar oportunidades para mejorar la competitividad de la empresa a través de estas prácticas sostenibles.

### Inspirar a los equipos

Por otro lado, desde una óptica que involucra más a las habilidades blandas, vale resaltar que los líderes deben tener la capacidad y la habilidad para sumar a sus colaboradores a los compromisos

que se asumen en una empresa en el contexto de la crisis climática. Para Felipe Cajiga, deben cultivar habilidades de visión a largo plazo, resiliencia y toma de decisiones informadas.

“Su capacidad para comunicar una visión inspiradora, movilizar recursos y fomentar la colaboración interdisciplinaria es esencial para guiar a sus equipos y organizaciones en la adopción de prácticas más sostenibles. Además, los líderes deben ser catalizadores del cambio cultural al interior de sus empresas, promoviendo una mentalidad centrada en la sostenibilidad y empoderando a sus equipos para innovar y crear soluciones que respondan a los desafíos climáticos”, manifiesta.

Carlos Guevara subraya que ellos también pueden educar a sus empleados sobre la importancia de la sostenibilidad, así como proporcionar capacitación y recursos para ayudarlos a adoptar prácticas sostenibles no solo en vida profesional, sino también personal. De esta manera, consiguen propiciar una cultura empresarial que fomente la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, tanto dentro como fuera de la empresa.

“Pueden implementar programas de reciclaje y reducción de residuos en sus operaciones diarias, (...) y la implementación de prácticas eficientes de transporte, y establecer objetivos y métricas

para medir su progreso en la adopción de prácticas sostenibles”, señala al respecto.

### Líder: la voz de la sostenibilidad

Felipe Cajiga reflexiona sobre el rol del líder empresarial más allá de su influencia netamente en la compañía. Indica que cuenta con una posición única para influir en un cambio transformador no solo dentro de sus organizaciones, sino también a nivel societal. Inclusive, su voz y liderazgo pueden incidir en la formulación de políticas públicas favorables al medio ambiente, y en la promoción de estándares más estrictos en la comunidad empresarial.

“Al abogar por la sostenibilidad y la responsabilidad climática, los líderes pueden generar un efecto dominó en la adopción de prácticas más respetuosas con el entorno”, arguye.

El efecto multiplicador es una de las grandes ventajas de un genuino liderazgo. Carlos Guevara sostiene que pueden ser un modelo a seguir para otras empresas al adoptar prácticas sostenibles, y demostrar que es posible ser rentable al mismo tiempo que se protege el medio ambiente y se promueve el desarrollo sostenible.

“Apoyando a políticas gubernamentales que fomenten la sostenibilidad y comprometiéndose con los consumidores para educarlos sobre prácticas sostenibles, los líderes empresariales pueden contribuir a crear un futuro más sostenible para todos”, finaliza.

Comparte este punto de vista Felipe Cajiga, quien visualiza en el establecimiento de alianzas con otras empresas, Gobiernos y organizaciones no gubernamentales, la enorme oportunidad de crear iniciativas conjuntas que aborden desafíos climáticos a gran escala.

“De esta manera, los líderes empresariales no solo transforman sus propias empresas, sino que también catalizan una transformación más amplia hacia un futuro sostenible”, concluye..

# LIDERAZGO EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD



**JULIA SOBREVILLA**  
Directora de Asuntos Corporativos y  
Sostenibilidad de Grupo UNACEM

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad, el papel de los líderes empresariales se ha transformado en algo mucho más complejo que simplemente generar ganancias. Hoy en día, el liderazgo empresarial efectivo no solo se trata de dirigir equipos y tomar decisiones estratégicas, sino también de abrazar y promover la sostenibilidad en todas sus dimensiones. La integración de los criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en la estrategia empresarial se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito a largo plazo, y los líderes del siglo XXI deben desplegar habilidades específicas para abordar estos desafíos mientras siguen el propósito de la empresa.

El propósito de una empresa es el faro que guía todas las acciones y decisiones. En el contexto de la sostenibilidad, el propósito se convierte en la base para la integración efectiva de los criterios ASG. Un líder que comprende y abraza el propósito de la empresa puede alinear más fácilmente las iniciativas de sostenibilidad con los objetivos comerciales. El propósito no solo inspira a los empleados, sino que también permite a la empresa tomar decisiones conscientes que contribuyan al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

Los criterios ASG son un conjunto de indicadores que evalúan el impacto ambiental, social y de gobernanza de una empresa. Integrar estos criterios en la toma de decisiones es esencial para garantizar que la empresa opere de manera responsable y sostenible. Los líderes deben considerar cómo las operaciones de la empresa afectan a la biodiversidad, el cambio climático, la equidad de género, los derechos huma-

nos y otros temas clave. Esta integración no solo contribuye a un mundo mejor, sino que también puede mejorar la posición competitiva de la empresa a largo plazo.

El camino para integrar la sostenibilidad a la estrategia, y tener el propósito como estrella norte requiere que los líderes de hoy desplieguen habilidades un poco distintas de las que tradicionalmente asociamos con el liderazgo. Algunas de ellas son:

- 1. Visión Integral:** Los líderes deben tener una comprensión Integral de cómo las diferentes partes de la empresa interactúan con el medio ambiente y la sociedad. Esto les permite identificar oportunidades para mejorar la sostenibilidad en todas las áreas operativas.
- 2. Pensamiento a largo plazo:** La sostenibilidad requiere pensar más allá de los resultados inmediatos. Los líderes deben ser capaces de tomar decisiones que beneficien a la empresa en el futuro, incluso si eso significa sacrificar algunas ganancias a corto plazo.
- 3. Comunicación transparente:** La transparencia es esencial para construir la confianza de los *stakeholders*. Los líderes deben comunicar de manera abierta y honesta los esfuerzos y los resultados en sostenibilidad, incluso admitiendo desafíos y áreas de mejora.
- 4. Colaboración y empoderamiento:** Abordar la sostenibilidad requiere la colaboración de todos los niveles de la organización. Los líderes deben empoderar a sus equipos para tomar decisiones sostenibles y fomentar la innovación.
- 5. Adaptabilidad y aprendizaje continuo:** Dado que la sostenibilidad es un campo en constante evolución, los líderes deben estar dispuestos a aprender y adaptarse a medida que surgen nuevos desafíos y oportunidades.
- 6. Liderazgo ético:** Los líderes deben establecer el ejemplo al actuar con ética y responsabilidad en todas las áreas de la empresa. Esto incluye promover prácticas de trabajo justas y abogar por la igualdad.

El liderazgo empresarial y la sostenibilidad están intrínsecamente conectados en el mundo actual. Los criterios ASG brindan una guía valiosa para evaluar el impacto de la empresa, mientras que las habilidades del líder del siglo XXI son fundamentales para guiar a la organización hacia un futuro más sostenible. Al integrar la sostenibilidad en la estrategia empresarial y mantener el propósito como brújula, los líderes pueden construir empresas exitosas que no solo generen ganancias, sino que también tengan un impacto positivo duradero en la sociedad y el planeta. ..

# EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN FAVOR DE LA SOSTENIBILIDAD



**ALFREDO ESTRADA**  
Director del Centro de Sostenibilidad de la  
Universidad de Lima (Responde Ulima)

Las empresas, históricamente, han identificado oportunidades de mercado tanto en momentos de crisis como de incertidumbre. Esa capacidad es la base de la naturaleza que las convierte en el principal agente facilitador del desarrollo económico de la sociedad. Asimismo, desde hace algunos años, y con la obligatoria mirada sistémica que se le tiene que dar al presente y al futuro en todos sus ámbitos, no cabe duda del valor que tiene la empresa en la transformación hacia un modelo basado en la regeneración de recursos y la sostenibilidad en todas sus dimensiones. En este punto, se identifica el primer sustento de la importancia del liderazgo basado en la sostenibilidad.

Sin embargo, este agente facilitador al que hacemos referencia es en sí mismo un sistema, y afirmamos que lo es porque está “vivo”, es dinámico, y atiende y entiende lo que ocurre a su alrededor. Está constantemente en la búsqueda de la fórmula, y parte de su modelo de negocio y de enfrentar estratégicamente los entornos VUCA (*volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity*) y BANI (*brittle, anxious, nonlinear, and incomprehensible*), que, en la actualidad, impactan dramáticamente al planeta.

Por esta razón, todo el potencial que tiene la empresa para transformar el modelo de vida actual se inicia con el cambio de cultura interna, es decir, con ese capital “blando” que poseen las organizaciones y que no es otro que el liderazgo basado en la sostenibilidad. Las nuevas formas de hacer

empresa, vale decir, empresas sostenibles, conscientes con su planeta y con la sociedad, no se podrían desarrollar si no se cuenta con esta cultura como medio para la mejora de la competitividad y del rendimiento responsable. No se deja en segundo orden los componentes estructurales, tales como el capital, la tecnología, el financiamiento, entre otros; sin embargo, hoy, la armonía que debe tener la estructura empresarial con este tipo de liderazgo, definirá el futuro de los negocios.

Existen diversos elementos que se deben considerar para construir un liderazgo basado en la sostenibilidad. Se parte de la premisa de que este es un proceso —es natural que sea así— para que las empresas tengan un *core business* que trascienda lo económico. Por eso, el liderazgo debe tener su primera actividad en la creación de empatía y de conciencia con la existencia necesaria de un propósito empresarial, tareas que constituyen un proceso de desmitificación y un desafío tan importante como complejo.

Pero ¿cómo se logra el diseño de este propósito mediante el liderazgo basado en la sostenibilidad? A través del empoderamiento de los recursos humanos, de la generación en el personal de este departamento del autoconocimiento y la autocalificación de hacedores de sostenibilidad, de poner a los grupos de interés en el centro del negocio, de incentivar la cultura de medición de impacto mediante métricas sociales o ambientales racionalmente delimitadas, de incorporar un enfoque de circularidad en todas las actividades, de capitalizar el ensayo-error del proceso de transformación sostenible, de visibilizar pequeñas acciones que contribuyan al proceso, entre otras actividades.

Por último, la tarea primordial para lograr un liderazgo en sostenibilidad es el cambio de paradigma empresarial, un tema en el que hay más preguntas que respuestas, pero que ya se encuentra en la conversación de inversionistas, de directores, de empresas y de emprendedores. Esto indica que se están sentando las bases de los nuevos hitos del liderazgo en sostenibilidad. No obstante, que la empresa le otorgue prioridad al impacto social y ambiental dependerá de cuán convencida está, primero, la empresa *per se*; segundo, sus recursos directivos como decisores; y tercero, sus recursos humanos como ejecutores, de aplicar la transparencia, la medición y la fiabilidad como principios para una gestión sostenible. Ahí es donde radica el primer y gran desafío de los líderes que conducen las empresas en la actualidad. Hay mucho por rehacer. ..

# LIDERAZGO EMPRESARIAL EN ÉPOCAS DE CRISIS: LA CLAVE DE SU ÉXITO

Empatía, resiliencia y comunicación asertiva son algunas de las características que deben distinguir a los líderes empresariales ante las crisis. En la pandemia, se corroboró su rol fundamental para lo cual se debe implementar una constante capacitación y formación en la empresa.

POR RENZO ROJAS  
 rrojas@stakeholders.com.pe

El éxito de una compañía depende en gran medida de la capacidad de sus líderes para tomar buenas decisiones en base a buenas estrategias. El liderazgo se convierte así en una pieza clave en toda estructura empresarial, la cual ha encontrado uno de sus mayores desafíos en la crisis por la pandemia del Covid-19, y continuará asumiendo nuevos retos con un mercado global que cambia constantemente.

Ximena Sánchez León, Talent and Operations Senior Manager en Cornerstone, comenta que en un balance el perfil de los líderes empresariales actuales se caracteriza por haber llevado una formación académica relacionada a carreras de administración, finanzas, ingenierías o afines; a lo que se agrega especializaciones en torno a MBA o diversas maestrías. En todo este marco, se suma un enfoque hacia la innovación.

“El perfil promedio de los líderes empresariales suele tener una combinación. Por un lado, de la experiencia, en educación, y hoy una fuerte orientación hacia temas de innovación. (...) Los años de experiencia en la industria en la que operan definitivamente también es relevante”, menciona.

### El liderazgo frente a la pandemia

Sin duda alguna, todo este aprendizaje que distingue a los líderes empresariales, que muchas veces asumen cargos directivos, se ha visto desafiado a raíz de la crisis sanitaria. De esta manera, se puede decir que la pandemia fue un



Ximena Sánchez León  
 Talent and Operations Senior Manager  
 en Cornerstone



Vidal Flores Basaldúa  
 Vicepresidente de la Asociación  
 Peruana de Recursos Humanos  
 (APERHU) y gerente corporativo  
 de Recursos Humanos en Grupo EFE

punto de inflexión crucial para ellos, ya que asumieron diversos retos en este panorama.

“Tenían que guiar en un contexto de incertidumbre, donde tomaron decisiones

difíciles en un entorno volátil que les permitiera asegurar la continuidad de las operaciones, y velar por la rentabilidad financiera. Tuvieron que replantear estrategias con mucho foco en la tecnología, especialmente en Perú donde era necesario una adaptación rápida”, explica.

Para Vidal Flores Basaldúa, vicepresidente de la Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU) y gerente corporativo de Recursos Humanos en Grupo EFE, el liderazgo empresarial es clave en toda la gestión exitosa de una organización que entrega buenos resultados; pero lo es más aún en momentos de crisis porque estas coyunturas ponen realmente a prueba el carácter del líder, junto a su capacidad para transmitir tranquilidad al equipo por las decisiones complejas que debe tomar.

“Durante la pandemia, nos enfrentamos a una situación inusual para la que nadie estaba preparado; pero el liderazgo nuestro, mostró un alto nivel de resiliencia y se adaptó rápidamente, junto a su equipo, a las nuevas necesidades del mercado para lograr estabilizar la organización”, enfatiza.

### ¿Qué necesitan los líderes?

Más allá de un conocimiento profundo de su ámbito profesional, hay capacidades y habilidades de naturaleza humana que son insustituibles especialmente en tiempos de crisis. Ximena Sánchez señala que es importante que los líderes empresariales cuenten con la capacidad de toma de decisiones ágiles y de adap-

tación, ya que el mundo y el mercado experimentan acelerados cambios. A ello se suma la comunicación asertiva, el pensamiento estratégico y la empatía, puntos álgidos en el manejo y gestión de equipos.

“Es clave también esta mentalidad innovadora. La curiosidad que les va a permitir hacer frente a estos diferentes cambios, a pensar fuera de la caja. Y, por último, tomando en cuenta las crisis, la resiliencia y la habilidad para mantener la calma bajo presión son claves para poder enfrentar momentos difíciles y situaciones de crisis”, añade.

En esta línea, precisamente un líder debe contar con la capacidad de influenciar positivamente en los demás, por lo que es necesario partir de un conocimiento de sí mismo. Vidal Flores sostiene que el buen líder mide su éxito en función del éxito de las personas, ya que buscará sacar lo mejor de cada uno para potenciar sus habilidades, así como impulsarlos a salir de su zona de confort para lograr resultados que favorezcan a la misma compañía.

“Para esto, el líder debe tener un alto nivel de autoconocimiento, inspirar a su equipo, actuar coherentemente con lo que predica, buscar el conocimiento permanente, retar a las personas y, sobre todo, actuar con valores en todas sus decisiones”, argumenta.

### En busca del liderazgo

En las compañías, es un reto encontrar a los mejores líderes para sus distintos departamentos de trabajo. Ante la interrogante de cómo sumar al equipo a un buen o potencial líder en un proceso de selección, la representante de Cornerstone detalla que las competencias correspondientes deben ser medidas desde la primera fase de la mano con expertos. Entrevistas y pruebas psicométricas son herramientas valiosas, aunque siempre considerando la particularidad de cada empresa.

“Se debe tener como base el entendimiento de la organización. El momento



### “La formación continua del liderazgo tiene que ser clave”

Ximena Sánchez afirma que las habilidades y capacidades asociadas al liderazgo pueden ir desarrollándose en mayor o menor medida en una línea de carrera. Por consiguiente, es importante que se ejecuten iniciativas multidisciplinares entre diferentes áreas de una compañía.

“Más allá de si un colaborador está a cargo de un equipo directamente, puede participar en proyectos donde él pueda ser el líder. Así uno lo va ayudando a desarrollar esas habilidades y capacidades necesarias para que cuando tenga un rol de mayor responsabilidad no sea algo nuevo. Velar por el desarrollo profesional y la formación continua del liderazgo tiene que ser clave dentro de una compañía”, concluye.

en el cual se encuentra y qué competencias requiere específicamente para su líder en ese momento. Ya luego es importante acompañar al líder en su desarrollo y formación continua en temas de liderazgo porque, como venimos hablando, las organizaciones están en constante evolución y cambio”, indica.

Además, resalta que es sustancial fomentar la diversidad en los equipos de liderazgo para contar con diferentes perspectivas y enfoques, sobre todo en un escenario en el que se busca promover la equidad de género dentro de los comités ejecutivos. En vistas de los desafíos, manifiesta que desde Cornerstone han venido implementando una variedad de soluciones para asegurarse que las compañías incorporen el talento que necesitan.

“Luego las acompañamos en el desarrollo de las habilidades y competencias

que se requieren. Lo hacemos a través de programas de evaluación de potencial, de liderazgo, de *coaching* y *mentoring*”, arguye.

Por su parte, desde APERHU comparten la perspectiva de que es central el empoderamiento permanente de toda la comunidad de profesionales de la gestión de talento con el fin de contribuir al liderazgo consciente, uno que en cada decisión busque mejorar la experiencia de los empleados.

“Todas las iniciativas de soporte a las organizaciones están compuestas con una propuesta de valor a través de congresos, conferencias, comunidades especializadas, revista digital, etc., que buscan compartir las mejores prácticas de los CEO y líderes del talento para potenciar las habilidades de liderazgo empresarial, poniendo a las personas en el centro de las decisiones”, finaliza. ..

# LIDERAZGO EMPRESARIAL Y CAPITAL HUMANO: LOS DESAFÍOS DE ESTE 2023

*Tendencias Globales de Capital Humano 2023* de Deloitte brinda un panorama de los retos a los que se enfrentan los líderes empresariales este año. Esta encuesta tomó en cuenta a 10 000 líderes empresariales y de recursos humanos de diversos sectores de alrededor de 105 países.

**Utilizar la experimentación para obtener mejores soluciones, fomentar el aprendizaje y acelerar el valor:**

**59 %**  
espera centrarse en la reimaginación en los próximos 2 a 4 años.



**Cultivar relaciones profundas e íntimas con los colaboradores de un ecosistema más amplio a través de la cocreación:**

**2**  
veces más probabilidades de ser innovadores afirmaron tener quienes cocreaban con sus colaboradores.



**Ampliar la apertura de la toma de decisiones para comprender todo su impacto, teniendo en cuenta la agenda humana:**

**+80 %**  
Indicó que la sustentabilidad, la diversidad, la equidad y la inclusión, el propósito y la confianza son sus principales áreas de interés.



“Se necesita una nueva capacidad de liderazgo en todos los niveles de la organización que permita movilizar a los colaboradores y a los equipos con el fin de lograr nuevos resultados”, se explica en el documento.

Solo el **23 %** de organizaciones afirmaron que sus líderes cuentan con las capacidades necesarias ante los desafíos actuales.

# “EL LÍDER SE INVOLUCRA EN LA SOSTENIBILIDAD INSPIRANDO, MOSTRANDO COHERENCIA”

María Ángela Prialé, vicedecana de Administración de la Universidad del Pacífico e investigadora CIUP, también hace énfasis en la capacidad del líder empresarial para conectar con su equipo en favor de la sostenibilidad corporativa.

POR RENZO ROJAS  
rrojas@stakeholders.com.pe

## ¿Qué capacidades deberían distinguir a los buenos líderes empresariales en la actualidad?

El contexto actual presenta innumerables y abrumadores desafíos que afectan a la empresa: crisis climática, conflictividad social, cambios demográficos, entre otros. Distintos actores de la sociedad, incluidos los clientes de las empresas, exigen que las compañías se gestionen preocupándose por todos los *stakeholders* y que no solo velen por los accionistas. Frente a ese contexto el líder empresarial debe asumir lo que algunos autores llaman “liderazgo sostenible” o más precisamente “liderazgo para la sostenibilidad”.

## ¿Cómo se define a este tipo de liderazgo?

Los líderes para la sostenibilidad, según el *Sustainability Leadership Institute* (2011), son “individuos que se sienten impulsados a marcar la diferencia profundizando en su conciencia de sí mismos en relación con el mundo que les rodea. Al hacerlo, adoptan nuevas formas de ver, pensar e interactuar, que dan lugar a soluciones innovadoras y sostenibles”.

## En la búsqueda de una sostenibilidad corporativa, ¿qué tan importante es el líder?

El liderazgo es clave para que una organización avance en su propósito de integrar, en todos los niveles y áreas de la empresa, y en toda la operación, una actuación orientada a mitigar sus impactos negativos y a escalar sus impactos positivos. En primer lugar, porque



María Ángela Prialé,  
Vicedecana de Administración de la  
Universidad del Pacífico  
e investigadora CIUP

si el líder se siente una estrella y no reconoce el valor y el logro de sus equipos, difícilmente el mensaje de sostenibilidad llegará a cada rincón de la organización, la gestión empresarial sostenible no es tarea de un área y mucho menos de un individuo, así que el reconocer el valor de los equipos es clave.

## ¿Cómo se traduce esto en la convivencia laboral con su equipo?

En la práctica cotidiana esto implica que el líder tenga un enfoque democrático y de apoyo entre iguales, de reconocimiento de logros, que invite a otros a liderar a partir de la construcción de espacios seguros para opinar y experimentar. En segundo lugar, movilizar a las empresas del statu quo requiere de energía y positivismo que contagie. El líder se involucra en la sostenibilidad inspirando, mostrando coherencia, por eso los valores que el líder proyecte a sus equipos deben ser consistentes y

alineados con los mensajes, pues el líder, probablemente sin buscarlo, se convierte en referente o modelo que otros miembros de la organización buscan imitar.

## ¿Es fácil convertirse en un líder ahora frente a un mercado global que reta a las compañías?

Al definir el liderazgo como una función o un conjunto de habilidades específicas, es probable que menos personas se consideren capaces de dar un paso al frente como líderes, pero hablar de liderazgo sostenible o para la sostenibilidad se relaciona con reconocer que todos los miembros de la organización de acuerdo con determinadas momentos y circunstancias deberán actuar como líderes.

## ¿Cómo se puede fomentar este liderazgo en todos los colaboradores?

Lógicamente, aunque puede ser el punto de partida, no basta con socializar esta idea dentro de la empresa, sino que existen algunas acciones concretas que pueden emprenderse. Por ejemplo, la búsqueda de referentes o modelos dentro de la misma organización en los cuales los empleados puedan inspirarse. También es posible ofrecer espacios que ayuden a que el colaborador conecte con su identidad, consigo mismo, con su propósito, a través del uso de herramientas como el coaching, por ejemplo. Otra idea es practicar la estimulación intelectual a los colaboradores, que pueden ponerse al frente de para dar solución a desafíos que fomenten el trabajo en comunidad y la colaboración..

# LIDERAZGO CON PROPÓSITO: EL PODER DE LA CONTRIBUCIÓN



**CLAUDIA A. DRAGHI RAMAT**  
Directora de Programas Ejecutivos en Minding

“Si quieres construir un barco, no empieces por buscar madera, cortar tablas o distribuir el trabajo. Evoca primero en los hombres y mujeres el anhelo del mar libre y ancho”. (Antoine de Saint-Exupéry)

Estamos en la era de la “Economía del Propósito” en la que generar riqueza es tan importante como construir equipos y organizaciones con un sentido claro de contribución.

Un error muy frecuente es confundir un objetivo o una meta ambiciosa con propósito. Para no caer en ello, debemos entender que gestionar personas y coordinar acciones hacia el logro de un objetivo común, es la base para un liderazgo efectivo. Sin embargo, si queremos movilizar voluntades y convicciones, esto solo será posible teniendo claridad de propósito y con la certeza de que nuestro trabajo no solo aporta en nuestro bolsillo, si no que contribuye en nuestro entorno, la sociedad y el mundo.

Cuando cada individuo en el equipo logra responder a la pregunta: ¿cómo mi trabajo contribuye en mi vida y en la vida de otros (más allá del dinero)? Entonces podrá encontrar las formas de reinventarse ante los retos de la gestión para avanzar en su ruta de búsqueda y construcción de propósito, convirtiéndolo en el norte y brújula de avance.

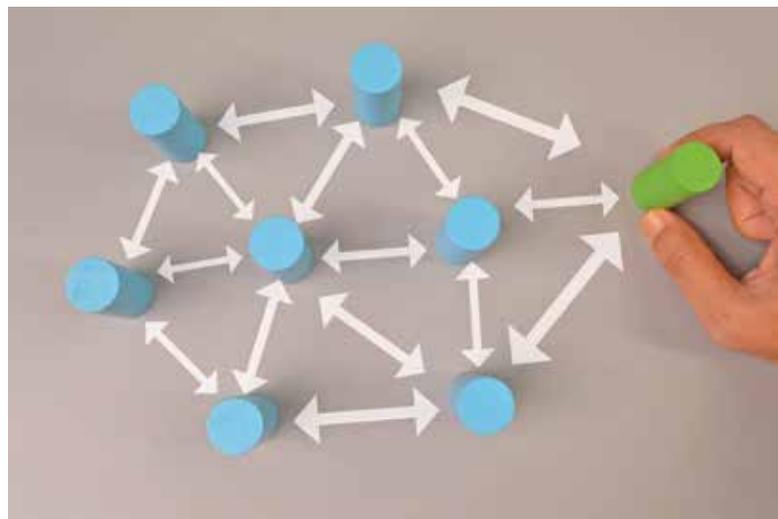
Un líder con propósito entiende que su labor no se trata de su objetivo o su meta. Entiende bien que los logros, su área, su equipo y él mismo están al servicio de algo más grande. Por lo tanto, entiende que el poder que le da la jerarquía existe para contribuir y servir a las personas y no para

servirse de ellas. Un líder con propósito busca multiplicar el poder influyendo positivamente para fomentar el desarrollo de sus seguidores, convirtiendo su vida y su gestión en un flujo de aprendizaje infinito que produce la máxima influencia e impacto.

Por un lado, Simon Sinek en su libro *Start with why* explica que todo cambia cuando logramos encontrar el sentido de vida que nos empuja y motiva a hacer las cosas. Por otro lado, la filosofía oriental del IKIGAI habla del poder sanador de una vida con sentido. Sin embargo, más allá de la filosofía o corriente de pensamiento, necesitamos entender que el propósito debe contener esa mezcla poderosa y perfecta de nuestros intereses, aspiraciones y talentos al servicio del mundo de forma que logremos contribuir y generar valor en nuestro entorno.

Unir diferentes propósitos e intereses en una causa común es un tema por demás complejo, y ahí recae el principal reto del liderazgo en la actualidad. Si bien no existe una receta para lograrlo, creo que más allá de competencias o habilidades, una característica intransable en un líder que busca trascender y dejar un legado es la coherencia.

Cuando nuestras palabras y acciones están alineadas, nos convertimos en personas creíbles y confiables. Es evidente que nos vamos a equivocar, que tendremos desacuerdos y surgirán desafíos, pero cuando sé qué esperar y qué no esperar de mi líder, entonces estoy abierto a aprender de sus fortalezas y complementar sus debilidades, ya que tengo la firme convicción de que no se trata de mí, si no de algo más grande que yo. ••



# LIDERAZGO EMPRESARIAL: COMUNICACIÓN, TRABAJO EN EQUIPO, COMPROMISO Y MOTIVACIÓN



**JACOBO PARAGES**  
Empresario, Conferencista internacional, Docente  
[www.jacoboparages.com](http://www.jacoboparages.com)

En el entorno económico actual, el liderazgo desempeña un papel fundamental en el éxito de una organización. Un buen enfoque del liderazgo no consiste únicamente en tomar decisiones estratégicas y alcanzar objetivos financieros, sino también en crear una cultura corporativa que fomente la colaboración, la innovación y el compromiso. El liderazgo corporativo eficaz implica integrar conceptos clave como la comunicación transparente, el trabajo en equipo, la diversidad de talento, el compromiso y la motivación.

Para lograr ese liderazgo útil y exitoso, ahora más que nunca, la comunicación transparente es una herramienta esencial que debe figurar siempre entre las prioridades de un líder empresarial. La capacidad de comunicarse clara y abiertamente con los miembros del equipo crea un entorno de confianza mutua. Cuando los líderes comparten información relevante sobre la dirección, los retos y los logros de la empresa, fomentan el entendimiento y el compromiso comunes. Los líderes comprometidos se centran en hacer el trabajo, pero también se esfuerzan por comprender y apoyar a su equipo. Cuando un líder está comprometido, su compromiso se contagia a los miembros de su equipo y les motiva para dar lo mejor de sí mismos y contribuir activamente al éxito colectivo.

Por otro lado, un aspecto esencial de la gestión eficaz es la definición de objetivos comunes entre el líder y su equipo.

Estos objetivos actúan como un faro que guía a todos en la misma dirección. Alinearse en torno a objetivos comunes no solo aclara la finalidad, sino que refuerza el sentido de pertenencia y responsabilidad. Por ello, el trabajo en equipo es uno de los pilares fundamentales del liderazgo empresarial. Los líderes de éxito entienden que el éxito no es el resultado del esfuerzo individual, sino de la contribución conjunta de todos los miembros de su equipo. Fomentar una cultura en la que se valore la colaboración y se aprecien los distintos puntos de vista conduce a soluciones más creativas y eficaces. La diversidad, tanto en términos de competencias como de perspectivas, se considera cada vez más un activo en el mundo empresarial. Los líderes que valoran y se benefician de la diversidad en sus equipos tienen acceso a una gama más amplia de ideas y enfoques y la integración de diferentes puntos de vista enriquece la toma de decisiones y fomenta un entorno que valora la innovación. La diversidad de talentos que trabajan por un objetivo común es un activo para toda la organización.

Además, valores como el trabajo duro y la dedicación son esenciales para afrontar los retos y superar los obstáculos. Los líderes empresariales que encarnan estos valores animan a sus empleados a mantener una ética de trabajo y perseverar en la búsqueda de la excelencia. Para fomentar estos valores, invertir en la motivación de los miembros de la organización es una estrategia crucial que contribuye a la consecución de los objetivos y el éxito de la empresa. Fomentar la motivación del equipo significa que el motor de cada logro es el entusiasmo de las personas, y proporcionar un entorno de trabajo en el que los empleados se sientan apoyados aumenta su lealtad y su deseo de contribuir al éxito de la empresa.

El liderazgo empresarial es, por tanto, un proceso que implica integrar elementos esenciales. Desde el fomento del trabajo en equipo y la comunicación transparente hasta la promoción del talento diverso, el compromiso y la motivación, este liderazgo desempeña un papel clave en la creación de una cultura organizativa fuerte y sostenible e implica la capacidad de guiar a las organizaciones hacia el éxito sostenible en un entorno empresarial en constante cambio..



# “NUESTRA MISIÓN ES FORMAR LÍDERES ÍNTEGROS E INNOVADORES CON VISIÓN GLOBAL”

Edward Roekaert, Rector & CEO de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC, conversa en esta entrevista central sobre cómo la casa de estudios logra brindar una educación de calidad que apunta a transformar la sociedad en favor del desarrollo sostenible. En esa línea, detalla algunas de las iniciativas en las que participa su comunidad universitaria, las alianzas al respecto, entre otros puntos.

POR RENZO ROJAS  
rrojas@stakeholders.com.pe

## ¿Cuál es el impacto que brinda la academia a favor de la sostenibilidad y del desarrollo del país?

La academia juega un rol crucial en el logro de una sociedad más sostenible. Aporta directamente en la formación del futuro de nuestro país y especialmente en el avance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados en la Agenda 2030 mediante frentes como investigación, formación de líderes con mirada sostenible y generación de alianzas con las que podamos trabajar en conjunto por el desarrollo del país.

Desde las universidades formamos a los actuales y futuros líderes de diversas organizaciones y como tal, es nuestra responsabilidad que ellos cuenten con las capacidades y competencias para trabajar en las problemáticas y necesidades de nues-

tro país con una mirada sostenible. Hacia eso enfatiza el concepto de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) que busca garantizar que los estudiantes universitarios entiendan el compromiso que debemos tener con el entorno social y ambiental.

En ese sentido, el Impact Ranking del Times Higher Education, un *ranking* reconocido a nivel mundial, el cual mide la contribución de las universidades a los ODS establecidos por las Naciones Unidas, posiciona a la UPC en el segundo lugar a nivel Perú evidenciando nuestro compromiso con esta agenda de desarrollo.

**Más allá de una formación solo académica, ¿cuál es el propósito de la UPC al brindar una educación íntegra (con valores) en favor de su comunidad universitaria?**

Nuestra misión es formar líderes íntegros e innovadores con visión global para transformar el país. Buscamos empoderar con valores y habilidades a los agentes de cambio que nuestro país necesita para tomar las decisiones correctas que permitan aportar al desarrollo sostenible.

Por ello, nuestro modelo educativo tiene como base cinco principios pedagógicos que sustentan las acciones y los procesos formativos que ofrecemos a los estudiantes: aprendizaje por competencias, aprendizaje centrado en el estudiante, aprendizaje autónomo y autorreflexivo, aprendizaje en diversidad con visión global y aprendizaje hacia la sostenibilidad.

En la UPC entendemos que este modelo educativo forma la base para educar a un estudiante centrado en



poder encontrar soluciones a los grandes retos del país. Buscamos promover el encuentro de jóvenes que cuenten con una diversidad de pensamiento, donde se prioricen y se discutan diversas posturas y opiniones, lo cual lleve a generar ideas, estrategias e innovación para la transformación del país.

**En ese sentido, ¿cómo el egresado de la UPC asume el reto de aportar positivamente en el desarrollo de una sociedad sostenible?**

Nuestros egresados tienen las capacidades para liderar equipos y organizaciones y, sobre todo, cuentan con las habilidades necesarias para plantear soluciones innovadoras que otorguen valor y transformen nuestra sociedad. El perfil de nuestros

egresados también está compuesto por competencias generales y específicas que adquieren a lo largo de su carrera universitaria: comunicación oral, pensamiento crítico, razonamiento cuantitativo, manejo de la información, ciudadanía, pensamiento innovador y comunicación escrita.

**¿Podría mencionar algunos casos en donde se evidencia este aporte?**

Gracias a la visión que les hemos otorgado han llegado a destacar en diversos ámbitos. Tal es el caso de Daniel Trujillo, egresado de la carrera de Psicología y líder de Tándem Psicólogos, una comunidad de especialistas que ha ayudado a más de 1 500 familias a mejorar su salud mental. Además, nuestros egresados Brian Mejía y Andrés Salas, ambos

egresados de la carrera de Ingeniería Electrónica, patentaron un sistema digital que potencia la acuicultura. Estos son solo dos ejemplos de cómo nuestros egresados emplean los valores, habilidades, capacidades y competencias adquiridas en su paso por la UPC para el beneficio y transformación de la sociedad.

**Para UPC, ¿qué implica brindar una formación universitaria de calidad?**

Nuestro compromiso con el Perú es ofrecer una educación de calidad a nuestros estudiantes y eso lo basamos en una enseñanza del más alto nivel, uso de herramientas tecnológicas, una plana docente en constante capacitación y una infraestructura que otorgue al alumno la posibilidad de formarse íntegramente. Esta educación de calidad es la que respalda que el estudiante y egresado puedan trabajar en el desarrollo de estrategias que conlleven a combatir las problemáticas de nuestro país.

Recientemente, hemos recibido el reconocimiento del SINEACE (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa) por la Acreditación Institucional de WSCUC (WASC Senior College and University Commission) de los Estados Unidos. Este logro lo compartimos con universidades prestigiosas como Stanford, UCLA, Berkeley y Caltech y nos posiciona como la única universidad acreditada en el Perú.

**Justamente, también buscan establecer relaciones con otras universidades a nivel internacional...**

En el ámbito de internacionalidad, también buscamos ofrecer a nuestros estudiantes alternativas que potencien su capacidad y talento. En esa línea es que The University of Arizona (UA) eligió a la UPC como aliada estratégica en la región para implementar programas académicos de clase mundial, permitiendo que estudiantes peruanos puedan graduarse de una de las cien mejores

**Nuestro modelo educativo tiene como base cinco principios pedagógicos que sustentan las acciones y los procesos formativos que ofrecemos a los estudiantes.**

universidades del mundo, viviendo en Perú. Además, contamos con la alianza estratégica con NCUK (The Northern Consortium of United Kingdom Universities), un grupo de universidades líderes del Reino Unido comprometidas en garantizar el acceso a las universidades más prestigiosas de esta parte del mundo, reconocida globalmente por su calidad educativa.

A su vez, somos la primera y única universidad en Latinoamérica en ofrecer “Academias UPC – Coursera”, ofreciendo más de 5 000 cursos para nuestra comunidad universitaria, certificados por instituciones como la Universidad de Yale, la Universidad de Stanford, Google, Microsoft, entre otras.

**Se habla de que las tecnologías (Inteligencia Artificial) cambiarán el rol del ser humano. ¿Cómo asumen este escenario desde UPC en la formación de los estudiantes?**

Todo cambio tecnológico impacta en la humanidad y en nuestras vidas, pero ese impacto será positivo o negativo a partir de la intencionalidad que nosotros mismos le demos. En la UPC buscamos usar la tecnología para transformar el proceso educativo generando un mayor impacto en los logros de aprendizaje y en el proceso de formación de nuestros estudiantes, más no para reemplazar prácticas existentes. Empleamos la Inteligencia Artificial (IA) como un complemento para nuestras actividades académicas de tal forma que

nuestros alumnos puedan obtener el máximo provecho de sus clases y los docentes puedan recuperar parte del tiempo dedicado a tareas administrativas y así estar más cerca del estudiante. Una de las principales ventajas de usar estratégicamente la IA está en la posibilidad de gestionar gran cantidad de información y al mismo tiempo personalizar el servicio al estudiante.

**¿Cómo se concreta este enfoque que le están dando, por ejemplo, a la IA en las actividades?**

Estamos trabajando con IA en todas las perspectivas: académica, social, emocional. Nuestros docentes están utilizando IA con el objetivo de reforzar y potenciar el proceso de apren-



dizaje. Algunas implementaciones están dirigidas hacia el desarrollo de pensamiento crítico, otras fomentan la ideación y la búsqueda de soluciones creativas a problemas reales, en otras ocasiones se usa la IA para cuestionar lo planteado por los estudiantes e incluso se le ha usado como entrenador: en lugar de hacerle preguntas para obtener respuestas, los estudiantes la usan para que les haga preguntas y los rete a mejorar.

Buscando estar a la vanguardia en el campo de la realidad extendida, hemos establecido una alianza estratégica con EON Reality para crear *digital twins* (gemelos digitales) de todos nuestros laboratorios especializados. De esta manera, nuestros alumnos podrán interactuar con estos ambientes de forma virtual y así extender las posibilidades de pruebas

y experimentos desde la comodidad de su hogar.

Las tecnologías, bien aprovechadas, nos permitirán ganar tiempo y espacio para aquello que es esencialmente humano, como lo es la curiosidad, la creatividad, la humildad y la autorreflexión, elementos fundamentales del modelo educativo de la UPC.

**¿Cuentan con algún programa que promueva una mirada sostenible en sus estudiantes?**

Los jóvenes son el motor de cambio de la sociedad y buscamos que aporten y transformen el Perú, mucho más allá de las aulas. Es por eso que hace 13 años nació nuestro programa de sostenibilidad, Protagonistas del Cambio UPC por los ODS, el cual está dirigido a todos los agentes de cambio del Perú con potencial para gene-

rar soluciones innovadoras y sostenibles a las principales problemáticas de nuestra sociedad.

Cada año invitamos y convocamos de manera totalmente gratuita a todos los jóvenes del Perú a que postulen su iniciativa de impacto y de esta forma los 10 ganadores de cada edición puedan recibir soporte académico en liderazgo, emprendimiento e innovación social, asesorías con especialistas, *networking* nacional e internacional, incubación, mentoría, entre otros beneficios formativos y de exposición. De esta forma, desde la academia les brindamos las herramientas necesarias para que sus proyectos sean sostenibles y brinden un alto impacto en su comunidad.

**¿Con qué otra organización van a articular para potenciar este pro-**



**grama de sostenibilidad?**

Desde este año tenemos el honor de contar con Naciones Unidas como socio impulsor de nuestro programa con el objetivo de encontrar agentes de cambio social a nivel nacional que sumen a alcanzar las metas que fueron planteadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Agenda 2030.

**¿Qué otras actividades fomentan este enfoque de sostenibilidad en la comunidad universitaria?**

A su vez, en la UPC fomentamos el voluntariado entre los estudiantes como complemento a su educación. A nivel institucional tenemos tres tipos de voluntariado: el voluntario de colaboradores; el impulsado por Vida Universitaria, el cual se enfoca en brindar apoyo a instituciones terceras que requieran de voluntarios; y el tercer tipo que es el voluntariado académico.

Este último se desarrolla desde las carreras para que el estudiante pueda poner en práctica lo que viene aprendiendo al mismo tiempo que conoce de primera mano y comprende las necesidades reales de nuestro país. Para ello, estas acciones son realizadas en alianza con organizaciones o comunidades que identificamos tienen necesidades concretas y están, en la medida de lo posible, dentro de nuestras áreas de influencia.

**“Alianzas para lograr los objetivos” es el ODS 17. ¿La UPC ha establecido alianzas con diversas organizaciones para poder lograr ser una institución que promueve la sostenibilidad?**

Contamos con diferentes alianzas que permiten reforzar nuestro compromiso con los ODS y seguimos trabajando para seguir impulsando el trabajo conjunto con diferentes instituciones y organizaciones que nos permita contribuir con el desarrollo sostenible de nuestro país.

Tenemos vigente un convenio marco con Naciones Unidas el cual, entre otras cosas, ha permitido que sean socio impulsor de nuestro programa



**Contamos con diferentes alianzas que permiten reforzar nuestro compromiso con los ODS.**

Protagonistas del Cambio UPC por los ODS. Esta alianza tiene como objetivo encontrar agentes de cambio social en todo el Perú que sumen al desarrollo de la Agenda 2030.

**¿Cómo se han concretado estas articulaciones en beneficio de una sociedad peruana más sostenible?**

Por otro lado, este año unimos a Alicorp, Mi Banco, Cargill y Jugete Pendiente en el programa «Ollas que Desarrollan», iniciativa que tiene como objetivo brindar capacitación y apoyo a las líderes de las ollas comunes, ayudándolas a establecer emprendimientos complementarios que generen ingresos adicionales y fortalezcan la autonomía de sus comunidades. Desde la UPC, a través de nuestra Facultad de Negocios, lideramos los módulos de capacitación en ventas, la propuesta de valor y conocimiento del cliente. Hemos firmado una alianza con la Fundación Ayu-

da en Acción que nos va a permitir trabajar en potenciar y reforzar las habilidades y conocimientos de los docentes a nivel rural, alianza que reitera nuestro compromiso en aportar hacia la mejora de la educación en nuestro país.

Otra acción que desarrollamos desde hace ya varios años, son las campañas de donación de sangre. Este año fuimos reconocidos por el Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins del Seguro Social de Salud (EsSalud) por nuestra destacada participación en la campaña de donación voluntaria de sangre realizada durante este año. De esta forma, se logró beneficiar a más de 700 personas.

**¿Se incluye también en estas actividades el componente medioambiental?**

En alineamiento a nuestro compromiso con un *campus* sostenible, estamos impulsando una cultura de re-

ciclaje, gestión y manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) en alianza con Claro. Mediante este convenio, nuestra Comunidad UPCina podrá darles un correcto destino final a celulares, cargadores, laptops, entre otros equipos electrónicos en desuso, además de recibir talleres informativos sobre la importancia del reciclaje de este tipo de residuos.

Por otro lado, agregar que nuestra Escuela de Postgrado UPC y Latam Airlines Perú llevaron a cabo el “Curso Ejecutivo en Sostenibilidad y Criterios ESG” dirigido a periodistas de los principales medios de nuestro país con el objetivo de fortalecer los conceptos de sostenibilidad y ESG con los medios.

**Han establecido también una alianza en relación a la lucha contra la anemia...**

Finalmente, quisiera mencionar una reciente alianza concretada para luchar contra la anemia a través del programa Anemia Cero, junto a la

# Nuestro compromiso con el Perú es ofrecer una educación de calidad a nuestros estudiantes y eso lo basamos en una enseñanza del más alto nivel.

ONG Peruanos por Peruanos. El objetivo es incrementar el nivel de conocimiento sobre esta problemática y sus consecuencias. Iniciamos con una campaña de sensibilización y tamizaje gratuito a los hijos de nuestros colaboradores entre 0 a 3 años de edad, con el soporte de nuestra Facultad de Ciencias de la Salud y del Centro Universitario de Salud UPC.

**¿Qué otras alianzas han implementado para difundir el conocimiento sobre sostenibilidad?**

Además de estas, hemos sostenido alianzas con medios de comunicación para, desde el lado académico, darle visibilidad a la temática ESG (o ASG

en español). En estos espacios nuestros directores y docentes han participado para darle visibilidad y educar sobre la misma. Creemos firmemente que nuestro rol educador también tiene que intervenir de esta manera, educando a la opinión pública sobre la relevancia de este tema. Solo con conocimiento y educación podremos comprender todo el camino que nos queda por recorrer y las brechas que aún tenemos como país y como planeta, las cuales hoy representan grandes retos. De esta manera, podremos visionar la manera en la que cada uno, desde nuestro rol en la sociedad, podemos contribuir a construir un país más sostenible. ..



# ¿CUÁL ES EL AVANCE DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS EN MATERIA DE RS?

La Responsabilidad Social (RS) es el gran paraguas que cubre todos los otros sistemas de gestión integrados. Hace algunos años se centraba en el sector privado, en la actualidad, la Corporación FONAFE viene estableciendo lineamientos de RS a las 35 empresas que son parte de la misma corporación. Pero ¿cuál es su situación actual en las empresas públicas?

POR MILAGROS BRACAMONTE  
mbracamonte@stakeholders.com.pe

En el Perú se habla mucho de la necesidad de que las empresas incorporen la responsabilidad social empresarial como una herramienta de gestión, sin embargo, aún hay un largo camino por recorrer, así lo revelaron estudios de la Universidad ESAN que datan del 2019.

Dichas investigaciones revelan que el 100 % de empresas conoce sobre la Responsabilidad Social, pero solo el 15 % de estas reconoce que debe implementarlo para su beneficio personal, mientras que apenas el 5 % lo aplica. Pero ¿cuál es la situación actual de la RS en las empresas públicas? y ¿cómo se debe medir la responsabilidad social empresarial?

Para Ximena Rojas, gestora de Responsabilidad Social de EGASA en Arequipa, en el Perú las empresas públicas todavía están en proceso de afianzar la RS. “No solo hablamos de Responsabilidad Social, hablamos de inversión social y de valor social compartido, es decir, las empresas lejos de hacer buenas obras o acciones tenemos que mirar hacia prácticas socialmente responsables y estructuradas con indicadores”.

La especialista señala que la medición permitirá recoger información de los grupos de interés a fin de conocer qué tan satisfechos se encuentran con los programas que realizan.



Juan Pablo de la Guerra Urioste  
Docente de postgrado de “Responsabilidad Social en el Estado” de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)



Ximena Rojas  
Gestora de Responsabilidad Social de EGASA

A pesar de que aún están en proceso de consolidar esos parámetros, Rojas resalta que hace algunos años la RS estaba más enfocada en el sector privado, especialmente al sector de la minería; en la actualidad, la res-

ponsabilidad social ya se enfoca en el sector público. “Por ejemplo, el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE) aboga por que las 35 empresas de su ámbito hagan responsabilidad social y para lograrlo tenemos lineamientos y herramientas de Sistemas de Gestión Integrado a través del cual la corporación mide los avances”.

“Nosotros tenemos una gran responsabilidad porque somos controlados por los mecanismos de control y de fiscalización. Todas las acciones, programas o proyectos que ejecutemos tienen que ser sostenibles en el tiempo, con gran cantidad de beneficiarios y debe verse reflejado el cambio en la calidad de vida de las personas. La responsabilidad social es el gran paraguas que cubre todos los otros Sistemas de Gestión Integrados”, añade.

Por su parte, un rol importante del Estado es promover la responsabilidad social, lo cual viene siendo muy poco desarrollado en general en los países, ya que la RS es una iniciativa más arraigada en empresas privadas.

## Apuesta por la sostenibilidad

La especialista de EGASA señala que las empresas públicas están apostando mucho por la sostenibilidad, considerando qué tan sostenibles, impactantes y buenos son los progra-

mas, además miden el impacto antes, durante y después de estos mismos.

“El sector público tiene una gran responsabilidad porque todo lo que nosotros hacemos bajo el parámetro de la responsabilidad social tiene que generar un plan sostenido y un gran impacto”, menciona.

Respecto a las estrategias de relacionamiento de RS, detalla que el diálogo abierto, constante y la escucha activa son claves para ejecutar los programas e iniciativas. “Antes se implementaban iniciativas en base a lo que los especialistas recomendaban, ahora involucramos a los grupos de interés, hacemos paneles con los grupos de interés con los cuales podemos levantar estas necesidades de la población. Luego consolidamos esa información para plasmarla en proyectos y planes”.

### La RS y su relación con el Estado

“El Estado tiene que considerar a

la responsabilidad social como una herramienta de gestión sumamente necesaria para cerrar las brechas sociales y económicas que atraviesa el Perú. Una gran ventaja de esto es que nos permitirá acercarnos a las poblaciones, saber qué es lo que piensan, qué es lo que necesitan y qué es lo que requieren, de esta manera podremos plantear proyectos y programas de mediano y de largo plazo que sean sostenibles”, explica Ximena Rojas.

Agrega también que el nivel presupuestal es una de las principales limitaciones que tienen las empresas públicas para ejecutar iniciativas y proyectos de RS, ya que dependen de la Corporación y de un presupuesto establecido. “Esto es difícil ya que los grupos de interés tienen necesidades y las expectativas están creciendo. Otra limitación es que tenemos mucha normativa legal y siempre tenemos que cuidar de no infringir algún parámetro legal con algún proyecto o programa”, puntualiza.

Por su parte, Juan Pablo de la Guerra Urioste, docente de postgrado de “Responsabilidad Social en el Estado” de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), señala que el problema en el Estado es que se tiene muy pocas normas. “Una norma muy interesante es la de la ley universitaria, ya que determina que el 2 % del presupuesto de las universidades debe ser destinado a RS – esto abarca a todas las universidades, incluyendo las nacionales- pero en la práctica no se cumple y nadie lo supervisa”

También indica que las universidades suelen llamar Responsabilidad Social a la organización de eventos como conferencias para emprendedores, por ejemplo, cuando su verdadero objetivo es captar alumnos para sus carreras. Afirma que muchas veces tampoco cuentan con proyectos articulados, con investigación, por lo que son muy pocas las universidades que genuinamente avanzan en el tema. Este escenario



se ve enfatizado, prosigue, por la falta de supervisión consistente de SUNEDU.

Para De la Guerra es clave que exista una Política Nacional de Responsabilidad Social en las instituciones públicas, de lo contrario será muy difícil que las empresas públicas cumplan con las leyes. “El Estado es probablemente el mayor consumidor del país, si esta política estaría alineada a los ODS y sería aplicable a todo el aparato del Estado no se harían compras de plástico, y eso se hace de manera habitual porque no existe una normativa”.

Manifiesta, desde otra perspectiva, que en el Estado no existe una formación en temas de RS. “Tenemos 11 sistemas en el Estado y en ninguno está contemplada la RS, no hay un ente especializado que la promueva, algo que es preocupante ya que un compromiso del país es lograr que los ODS se cumplan al 2030. Si bien hay iniciativas, estas van surgiendo de manera aislada, no están conglomeradas en un plan nacional”.

“Y si hablamos de las municipalidades, de las 1 400 que hay, son muy pocas las que reciclan y tratan su basura. Eso genera que haya miles de botaderos de basura a nivel nacional. Sin ir muy lejos, Lima no tiene un botadero de desmonte y al no tener un sitio oficial sigue contaminando. Estamos hablando de miles de puntos de contaminación”, hace hincapié.

### ¿Cómo promover la RS en las empresas públicas?

De acuerdo con el académico, la promoción de RS en empresas públicas es un tema que le compete más al legislativo. “Debe haber más normas que exijan temas vinculados a la RS, por ejemplo: el aceite vertido por los restaurantes no puede ser vertido a las alcantarillas, debe seguir un protocolo determinado; si implementas esa ley

automáticamente los restaurantes comenzarán a tener filtros especiales para su aceite y esto generará toda una cadena”.

En ese sentido, señaló que en el Perú no existe una norma para no desperdiciar comida en los restaurantes cuando este tipo de acciones deben ser reguladas. “En la medida en que el Estado tenga una mirada más de RS, va a generar un impacto”

Además, señala que no hay una coherencia con el cumplimiento de las leyes que tiene el Estado. “Si hablamos de inclusión de personas con discapacidad, esta ley exige la contratación laboral del 3 % en las empresas privadas y el 5% en el Estado, sin embargo, nadie cumple con su función, de lo contrario no hubiera ninguna persona con discapacidad desempleada y esto sucede porque SUNAFIL no supervisa”..

## Rol de la academia en la promoción de la RSE

Según Juan Pablo de la Guerra, la mirada de los ministerios debería estar puesta en la academia, sin embargo, hay una desvinculación de la academia con los problemas reales de la sociedad. Un ejemplo que brinda es que no se convocó a la academia para resolver los problemas en plena crisis de la Covid-19, cuando en otros países la academia ha sido un gestor de investigación para los problemas sociales.

“Hay algunas iniciativas aisladas, algunos proyectos, pero no hay una articulación fuerte. Los rectores deberían ser una suerte de consejo para los ministerios, por ejemplo, en la Municipalidad de Lima pagan millones para recoger la basura y cómo los vecinos no la sacan a tiempo hacen un repaso. Esto termina costando el doble o el triple la factura. Entonces, si los ministerios convocaran a los rectores y pusieran en marcha una campaña de sensibilización con los alumnos para que concienticen a sus familiares, los costos bajarían, así como los niveles de contaminación”, comenta.

Finalmente, arguye que “la academia tiene un gran potencial, primero por la cantidad de personas a las que llega, luego por la investigación y también porque cumplen con lo que la ley exige, pero todo debe ser aplicado a la realidad para que hagan trabajos en conjunto con el Gobierno local y realicen proyectos en pro de la sociedad”.

Desde otra perspectiva, Ximena Rojas, especialista de EGA-SA, señala que el tema de las alianzas estratégicas entre el sector público, privado y la academia, contribuye a darle el enfoque de sostenibilidad que requieren las empresas públicas. “Solamente uniéndonos mediante sinergias lograremos consolidar planes de sostenibilidad de mediano y largo aliento, de esta manera, las empresas también garantizan su inversión porque ya existen otros actores aparte de los beneficiarios que van a velar por el cumplimiento”, concluye.

# CORPORACIÓN FONAFE: FORTALECIENDO EL COMPROMISO CON LOS STAKEHOLDERS

POR CHRISTIAN ARZÁPALO TRUJILLO

Líder de la estrategia corporativa de RSC y Sostenibilidad de FONAFE

Desde hace más o menos una década el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE) ha venido incorporando dentro de su gestión iniciativas modernizadoras orientadas a articular una estrategia corporativa, que tengan como base principios de buen gobierno corporativo, control de riesgos y una adecuada gestión de la Responsabilidad Social.

Ello con el propósito de que nuestras empresas, acorde con lineamientos internacionales como los de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y otras entidades multilaterales, asumieran estándares de gestión capaces de atender de la manera más especializada y oportuna las demandas de sus usuarios.

Ahora bien, por el lado específico de la Responsabilidad Social Corporativa, lo que queremos es dotar a nuestras Empresas de Propiedad del Estado (EPE) de un sistema interno de debida diligencia que les permita prever y mitigar los impactos sociales y ambientales que generan en el relacionamiento con sus grupos de interés.

Por ello, el trabajo diario de FONAFE está dirigido a que nuestras empresas aborden la gestión de Responsabilidad Social de manera técnica, centrando su atención en iniciativas que agreguen valor a sus *stakeholders*, toda vez que fortalecen la imagen y reputación de la empresa.

Nuestra estrategia para el posicionamiento de la Responsabilidad Social en las EPE, ha ido de la mano con un fuerte componente de capacitación. Durante los últimos años, hemos con-



siderado desde FONAFE que no se trata solamente de solicitar información para luego evaluar proyectos o actividades de RS, sino que necesitamos insertar estos nuevos temas a través del desarrollo de capacidades en las áreas responsables, así como sensibilizar y lograr el compromiso de las altas gerencias.

Sin un fortalecimiento del recurso humano, es muy difícil consolidar una gestión de largo plazo, como es la Responsabilidad Social. Por esta razón, FONAFE se compromete a seguir promoviendo capacitaciones constantes, así como un seguimiento detallado a todos los productos relacionados con los planes de RS de cada una de nuestras empresas; los cuales contienen actividades bastante similares, si se miran en conjunto.

En este sentido, quisiera poner énfasis en el establecimiento de alianzas que pueden darse entre las empresas de la corporación, especialmente entre aquellas que comparten un mismo giro de negocio. Esta es una oportunidad vital que debemos considerar

para amplificar nuestros resultados, y en donde FONAFE reforzará su rol como articulador y activo promotor de dichas alianzas.

Es en el marco de estas líneas de acción que FONAFE se adhiere al Plan Nacional de Acción sobre Empresas y Derechos Humanos que promueve el Ministerio de Justicia, ya que queremos incluir dentro de nuestra práctica corporativa criterios de debida diligencia que permitan gestionar posibles vulneraciones a los derechos humanos de los colaboradores y grupos de interés de nuestras empresas.

Nuestra participación en la elaboración e implementación del Plan Nacional de Acción sobre Empresas y Derechos Humanos supone un trabajo conjunto entre FONAFE, el Ministerio de Justicia y entidades especialistas en el tema como la OCDE, ya que queremos de la construcción de herramientas técnicas que permitan diseñar y evaluar el establecimiento de los principios de conducta empresarial responsable y derechos humanos en nuestras empresas.♦♦

# LAS COMPRAS PÚBLICAS SOSTENIBLES: IMPULSORES DEL DESARROLLO Y LA INNOVACIÓN



**CARLO ÁNGELES**  
Exregidor de la Municipalidad  
Metropolitana de Lima

En un mundo globalizado, las compras públicas pasan a ser un proceso esencial por el cual el Estado adquiere bienes y servicios y como tal, ha evolucionado más allá de un mero acto administrativo. En la actualidad, ante desafíos ambientales y sociales sin precedentes, estos procesos se han convertido en una herramienta indispensable para impulsar el desarrollo sostenible.

El concepto de compras públicas sostenibles es un proceso que integra criterios ambientales, sociales y económicos en las decisiones de adquisición. No se trata solo de una compra “verde”, sino de un equilibrio que busca el bienestar social y la protección del medio ambiente. En países como Perú, la legislación ha avanzado para promover una gestión pública eficiente, orientada a resultados y comprometida con la sostenibilidad a través del Decreto Legislativo 1499, y algunos esfuerzos (sin éxito) desde el Ministerio del Ambiente para priorizar algunas compras, precisamente aquellas que generan más contaminación, lamentablemente estos esfuerzos no han prosperado más allá de un informe. En Lima hubo un esfuerzo inicial, impulsado desde mi Despacho como Presidente de la Subcomisión de Ambiente del Concejo Metropolitano de Lima, lamentablemente con el inicio de la pandemia, estos esfuerzos quedaron relegados ante la evidente urgencia que representaba abordar la emergencia sanitaria primero.

El Estado, en su misión intrínseca de generar desarrollo y bienestar social, puede encontrar en las Compras Sostenibles una herramienta estratégica. Al trabajar con proveedores que cumplan criterios de sostenibilidad, no solo se reduce el impacto ambiental, sino que se fomenta la creación de empleos de calidad, la inclusión social y la innovación tecnológica. Establecer parámetros claros y estrictos, permite influir positivamente en el mercado no desde el poder normativo del Estado, sino desde su poder como consumidor considerando que es uno de los compradores individuales más grandes de la mayoría de economías en el mundo (considerando a todo el Estado a nivel local, regional y nacional como una entidad unitaria que se podría regir potencialmente por procesos de compras sostenibles estandarizados). Transitar hacia compras públicas sostenibles significa que el Estado pueda cumplir con sus objetivos institucionales desde su proceso de abastecimiento, orientándose hacia una economía más justa y sostenible. Y es que no tiene ningún sentido, que el Estado se esfuerce en hacer cumplir normativas ambientales o laborales (por dar un ejemplo) para luego contratar empresas que no cumplen con la misma normativa ambiental o laboral que establece el propio Estado.

La inversión en investigación y desarrollo es esencial en este contexto. Al priorizar las Compras Públicas Sostenibles, el Estado incentiva además al sector privado a invertir en soluciones más sostenibles, impulsando la innovación y el desarrollo de tecnologías esenciales para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esta colaboración entre el sector público y privado es la clave para un desarrollo sostenible y duradero.

Las compras públicas sostenibles son más que una tendencia; son una estrategia esencial para el futuro. Al financiar proveedores sostenibles, el Estado genera desarrollo desde su cadena de abastecimiento, creando un círculo virtuoso de beneficios para la sociedad, el medio ambiente y el sector empresarial. Es imperativo que ambos sectores reconozcan el poder transformador de las Compras Públicas Sostenibles y trabajen juntos para construir un futuro más sostenible, próspero e inclusivo para todos. Es una inversión en el presente que garantiza un retorno invaluable para las generaciones futuras. Las compras públicas sostenibles son el puente hacia un futuro más sostenible para todos. ..

# ECOSISTEMA PLATEADO: ARTICULACIÓN INTERSECTORIAL ES CLAVE PARA SU EVOLUCIÓN

*Stakeholders* conversó con Elizabeth Gómez, especialista en proyectos de Emprende UP y líder del proyecto Ecosistema Plateado en Perú, quien resaltó la importancia de que el sector privado y el Gobierno generen políticas y leyes que promuevan el desarrollo y fortalecimiento de este segmento sénior.

POR MILAGROS BRACAMONTE  
mbracamonte@stakeholders.com.pe

A pesar de que América Latina y el Caribe aún es una región joven, también está envejeciendo más rápido. Se pronostica que para el año 2050 la población de adultos mayores alcance el 22 % de la población total, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Solo en el Perú, la población de 60 años a más llega a 4 millones 140 000 personas (12 % del total al 2020), según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Un problema latente para esta generación sénior es el edadismo. La Organización Mundial de la Salud (OMS) lo define como estereotipos, prejuicios y discriminación con relación a los demás por razón de la edad.

Ante este panorama, el Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico (Emprende UP) lanzó durante el 2022 el proyecto Ecosistema Plateado. Pero ¿qué es el ecosistema o economía plateada?

“Es el conjunto de toda actividad económica que atiende las demandas y necesidades de las personas de 50 años a más”, así lo define Elizabeth Gómez, especialista en proyectos de Emprende UP y líder del proyecto Ecosistema Plateado en Perú.

La especialista señala que el objetivo del proyecto es promover el desarrollo y fortalecimiento de un ecosistema conformado por diferentes actores: academia, Gobierno, *startups*, emprendimientos,



**Elizabeth Gómez**  
Especialista en proyectos de  
Emprende UP y líder del proyecto  
Ecosistema Plateado en Perú

empresas privadas, inversionistas, organizaciones sin ánimo de lucro, entre otros; orientado a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores de 50 años a más, a través del desarrollo de emprendimientos y soluciones innovadoras de para dicho grupo etario.

“Es importante mencionar, que cuando decimos ‘de’ nos referimos a que los adultos de 50 años a más se conviertan en emprendedores y/o mejoren el emprendimiento que ya tienen. Y cuando decimos ‘para’ hablamos de concientizar sobre la importancia del segmento plateado y las oportunidades de negocio que puede representar”, añade.

Cabe resaltar que en Perú el 54 % de los jefes de hogar pertenecen a la generación plateada. En esa línea, 1 de cada 4 habitantes del país (24 %) corresponde a esta generación de 50 años a más,

además, esta población genera el 58 % de los ingresos de los hogares, esto significa que tienen el poder económico y son importantes decisores, según el estudio La Generación Plateada 2022, desarrollado por Ipsos Perú.

## ¿Cómo lograr la evolución de la economía plateada?

Para Gómez, es clave que el sector público, privado y la academia trabajen de manera articulada y colaborativa a fin de lograr un impacto significativo en la evolución de la economía plateada.

“Las organizaciones deben trabajar en la sensibilización y educación de la población (mediante cursos, talleres, *webinars*, etc.), generando redes de contacto, trabajando retos de innovación abierta, organizando eventos, descentralizando las iniciativas a provincias, generando acciones para la sostenibilidad de los proyectos, por ejemplo; además, generando propuestas de ley, asociaciones o comités de trabajo”, argumenta.

## Impulsar la inserción laboral

Para lograr la inserción laboral en los adultos mayores de 50 años es fundamental promover la capacitación constante, así como interiorizar la idea “nunca se deja de aprender”, comenta Gómez.

“Aquí es clave que el sector privado y el Gobierno fomenten la importancia que tiene generar políticas y leyes que consideren a este segmento sénior. (...) Hoy en día existen muchas opciones para

que ellos puedan acceder a capacitación *upskilling* que les permita mejorar sus habilidades existentes y *reskilling* para que puedan aprender habilidades nuevas. En ese sentido, Emprende UP ofrece diferentes programas especializados para impulsar la capacitación sénior, como el Programa Emprende 50+, estudios de investigación, *webinars*, entre otros”, afirma.

Vale recordar que en aproximadamente 10 años esta generación plateada generará más de 2 millones de empleos nuevos en la región, gracias a un ecosistema orientado a mejorar la calidad de vida de los adultos +50 años, mediante el desarrollo de emprendimientos y soluciones innovadoras de y para dicho grupo etario, según información del BID.

### Principales desafíos

Al respecto, la especialista de Emprende UP señala que es importante romper paradigmas o barreras mentales. “Hay que quitarse ese chip de que uno debe dedicarse toda la vida a la misma actividad o sector, o que ya han pasado muchos años para iniciar a emprender. Otro reto, es la avanzada tecnología, ya que necesitan aprender rápidamente para utilizar las diferentes herramientas que la tecnología ofrece, en un tiempo corto. También está el comprender e interactuar con generaciones menores, ya que muchas veces les resulta complejo comunicarse con los más jóvenes”.

Otro reto es acceder a bienes y servicios de calidad y adaptados a sus necesidades. “A la fecha, en nuestro país, así como sucede en otros de la región, los adultos +50 años no encuentran muchos productos adaptados a sus necesidades. Con esto, no me refiero solo a temas de salud y apoyo a la dependencia, que en muchos casos se da de forma natural mientras avanzan los años; sino también a lo que esperan a nivel de entretenimiento, ocio, viajes, aprendizaje, financiamiento, etc. Recordemos que esta generación plateada no es la misma que la anterior. Muchos de ellos son baby boomers, lideraron muchos cambios en los años 70, en consecuencia, demandan



## Programa Emprende 50 +

Es un programa orientado a acompañar a la población sénior a mejorar sus habilidades blandas para emprender, reducir y prevenir los riesgos al hacerlo; identificar una necesidad en el mercado, generar soluciones, elegir una iniciativa potente y desarrollarla pasando por un prototipo y terminando en un modelo de negocio. Las clases las brindan expertos en emprendimiento a nivel nacional e internacional.

A la fecha, Emprende UP ha lanzado el concurso Premios +50 Emprende, una iniciativa que busca que los emprendedores tengan la oportunidad de iniciar una empresa, difundir y presentar su idea de negocio, generando nexos con personas e instituciones vinculadas a la economía y relacionándose a nivel nacional e internacional.

otras cosas”, señala la líder del Proyecto Ecosistema Plateado.

### Promoviendo el ecosistema plateado

Emprende UP, a través del proyecto Ecosistema Plateado, está impulsando diversas acciones para promover la inclusión de este segmento sénior; entre ellas están los *webinars* gratuitos, eventos con expertos nacionales e internacionales, capacitaciones presenciales.

“Nos enfocamos mucho en la innovación abierta y generación de redes; trabajamos retos de innovación abierta con la academia, empresas y también con entidades del Gobierno, esto nos ayuda a generar alianzas con diversas organizaciones para lograr entregar recursos monetarios”, detalla la especialista.

Es importante resaltar que Emprende UP está trabajando para detectar deficiencias importantes en el segmento plateado y proponer un proyecto de ley que luego las autoridades puedan debatir y promulgar.

Para la organización es fundamental establecer alianzas con otras universidades, empresas, ministerios u organizaciones sin ánimo de lucro que tengan como objetivo mejorar la calidad de vida de los adultos +50 y quieran comprometerse a seguir trabajando de manera articulada en el largo plazo..

## CONSEJO DIRECTIVO DE PACTO GLOBAL PERÚ REFUERZA COMPROMISO CON LOS 10 PRINCIPIOS Y LOS ODS

En el Perú, más de 116 organizaciones han reforzado su compromiso con derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción en el 1º Foro Anual del Pacto Global en Perú, y además se han comprometido a acelerar el cumplimiento de los ODS.

El Pacto Global de Naciones Unidas en Perú ha fortalecido su compromiso con la comunidad empresarial que forma parte de la iniciativa más grande del mundo en el Perú. Conscientes de la realidad de América Latina, la región con mayor desigualdad social del planeta, las más de 116 empresas y organizaciones han robustecido su compromiso con los Diez Principios en derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En el marco del 1º Foro Anual del Pacto Global Perú, llevado a cabo del 21 al 23 de agosto en Lima, en una Mesa Redonda con CEO y tomadores de decisiones al más alto nivel, se ha presentado el 1º Consejo Directivo del Pacto Global de las Naciones Unidas en el Perú, un órgano de gobernanza de múltiples partes interesadas de alto nivel y liderado por empresas.

El Consejo Directivo estará presidido por Vanessa Moreno de Schneider Electric, primera mujer en el cargo de Country Manager para Perú y Bolivia,

américa & Gerente General Perú de ATREVIA; Zelma Acosta-Rubio, Chief Sustainability Officer y Vicepresidenta Ejecutiva de Asuntos Corporativos de Intercorp Financial Services e Interbank; Augusto Bauer, CEO Adjunto del Grupo AJE; y Adriana Quirós Carranza, Country Manager Perú del Pacto Global de las Naciones Unidas, quien tiene a su cargo la Oficina de País y asume el rol de Secretaría Técnica del Consejo Directivo.

“El sector empresarial es para Naciones Unidas un socio estratégico clave



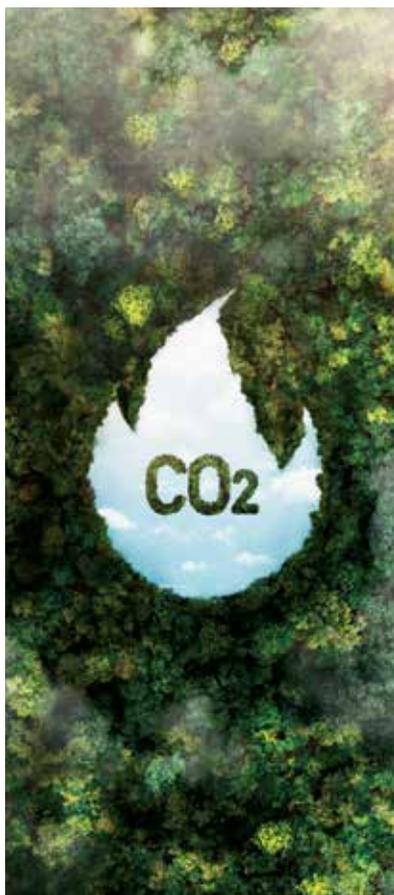
para alcanzar el cumplimiento de la Agenda 2030, y constituye al mismo tiempo una responsabilidad y una oportunidad sin precedentes para alinear los objetivos de un negocio con los de la equidad y la sostenibilidad, para contribuir al desarrollo social y materializar las intenciones en acciones en beneficio de los ODS”, comentó al respecto Garafulic, Coordinador Residente de la ONU.

El Consejo Directivo proporcionará asesoría estratégica y orientación en temas clave relacionados al ecosistema de sostenibilidad a nivel local. Su propósito es consolidar la misión, los objetivos y las actividades del Pacto Global en el Perú, de acuerdo a las necesidades del sector privado. Para lograrlo, trabajarán para promover la sostenibilidad corporativa, los Diez Principios del Pacto Global y el avance de los ODS, generando impacto desde el sector privado, agregó Adriana Quirós, Country Manager del Pacto Global Perú.

Para complementar el trabajo de este grupo de CEO, en el marco del 1º Foro del Pacto Global Perú, los equipos técnicos de las empresas participantes analizaron los desafíos del sector empresarial peruano al identificar los riesgos, y materializar las acciones de sostenibilidad de forma transversal a todas las áreas de la empresa.

En un *fireside chat* con el Consejo Consultivo de Comunicaciones del Pacto Global Perú, ha quedado claro que la inacción es el costo más alto que pagan las empresas que intentan jugar a la sostenibilidad y más aún cuando se trata del cambio climático, equidad de género y gobernanza.

**178**  
**billones de**  
**dólares**  
**será el costo de la**  
**inacción climática**  
**en los próximos**  
**50 años, según el**  
**informe Turning**  
**Point 2022 de**  
**Deloitte Global.**



“Comunicar acciones es relevante, pero comunicar intenciones es altamente peligroso para la reputación de la empresa. Una intención por sí sola puede estar motivada en el impacto positivo, pero no vamos a saber si realmente tiene impacto positivo hasta que este se diseñe e incorpore en la acción. Comunicar intenciones sueltas es el camino más rápido al ‘infierno’ de la sostenibilidad: el *greenwashing*”, indicó Raquel Robleda, Gerente de Expansión del Pacto Global para América Latina y el Caribe, quien moderó la discusión.

Durante el desarrollo de este 1º Foro del Pacto Global Perú, la Cámara Española convocó también a Cámaras y Asociaciones del Perú para dialogar sobre los desafíos que desde su perspectiva afronta el sector empresarial en el país.

“En América Latina y el Caribe las empresas tienen que pasar de los compromisos a la acción. Los gremios y asociaciones empresariales son aliados estratégicos para multiplicar esas acciones a empresas de todos los tamaños, sectores y actividades. En conjunto podemos aplicar un enfoque basado en principios universales como guía para que empresas y asociaciones, dentro de sus operaciones y a través de las cadenas de valor y de suministro, escalen su impacto positivo”, indicó Carol Paci, Gerente de Relaciones con Participantes del Pacto Global para las Américas.

La estrategia de Expansión del Pacto Global para América Latina y el Caribe, que incluye el Perú, presenta tres enfoques estratégicos: con las empresas que son la esencia y razón de ser de la iniciativa; el Sistema de Naciones Unidas, al cual se está vinculado porque los Diez Principios emanan de las Convenciones y de las Agencias Guardianes que son ACNUDH, OIT, PNUMA y UNODC (Oficina de Control de Drogas y el Delito de la ONU); y los Gremios y Asociaciones empresariales, que son aliados multiplicadores de la acción y de los Diez Principios. ..

**El sector empresarial es para Naciones Unidas un socio estratégico clave para alcanzar el cumplimiento de la Agenda 2030.**

## SOSTENIBILIDAD: ¿MODA O REALIDAD?



**JAVIER GARCÍA-BLÁSQUEZ LÓPEZ**  
Coordinador de Protagonistas del  
Cambio UPC por los ODS

■ Hoy en día el término “sostenibilidad” está siendo muy empleado en diversos sectores como la academia, el corporativo, el sector público y sobre todo los jóvenes.

¿Es la sostenibilidad una moda o es una tendencia de cambio a la cual debemos poner toda nuestra atención pues es una realidad? Luego de reflexionar sobre esto, empecé a revisar algo de historia y recordé cómo iniciaron las áreas de gestión del talento, historia que suelo comentar con mis alumnos de pre y postgrado. Las organizaciones empezaron a “preocuparse por la gente” cuando el negocio empezó a levantar *red flags* y es así que se cambió el modelo de “administración de personal” a una que vele íntegramente por el recurso más valioso que tiene una organización, las personas.

Desde hace algunos años, el corporativo ha identificado que la gestión del talento tiene innumerables ventajas que se traducen en números positivos para ellos (menor rotación de personal, mejor clima organizacional, orgullo, etc.) y en esa medida, han empezado a poner atención a que la sociedad demanda más de las organizaciones hacia sus *stakeholders*. Es así que podemos apreciar la evolución de otra área que traspasa sus muros.

Como hechos históricos, las organizaciones al tener bonanza económica se sentían en la responsabilidad de compartirla con comunidades necesitadas o vulnerables y es así que las acciones filantrópicas, absolutamente voluntarias

y usualmente realizadas con desinterés se realizaron por años en sus zonas de influencia.

Estas acciones han sido apreciadas por la comunidad y por los colaboradores, sin embargo, al ser acciones aisladas, no resolvían los problemas sociales y/o ambientales que podrían afectar a la comunidad. Es ahí que nacen las acciones de inversión social y posteriormente de responsabilidad social, entendiéndose esta última como las acciones de cara principalmente a *stakeholders* internos.

¿Por qué las empresas deberían incorporar en su sistema de gestión la sostenibilidad? Varios estudios recientes indican que los jóvenes aprecian las políticas de sostenibilidad en las organizaciones, es decir, además de sentirse bien y fortalecer el *engagement* se desarrolla un fuerte orgullo y “camiseta” por la organización.

Las decisiones de compra están incorporando la variable de sostenibilidad, traducida o puesta en evidencia como imagen o reputación de la empresa. Es decir, los jóvenes están validando la reputación de las empresas que deciden seguir (tanto para compra como para unirse a su staff).

Algo a tener mucho cuidado y que hoy es materia de crítica son las estrategias de *socialwashing* o *greenwashing*, ambas malas prácticas que son desarrolladas por empresas que desean “subirse a la ola” de la tendencia y que en resumen buscan algunas empresas para parecer socialmente responsables o con prácticas ambientales, pero son solo para la foto y no desde su ADN.

De otro lado y mucho más valioso se observa que, en muchos casos, las organizaciones articulan esfuerzos con emprendedores sociales, iniciativas que nacen para resolver un problema social y/o ambiental, es decir, nacen para trabajar temas de sostenibilidad. Este esfuerzo de articulación permite a las organizaciones potenciar sus modelos de gestión de sostenibilidad y a los emprendedores sociales desarrollarse y ser sostenibles en términos financieros.

En esa línea, programas de sostenibilidad como Protagonistas del cambio UPC por los ODS trabaja con jóvenes agentes de cambio y emprendedores sociales, desde su rol de academia, en la formación de estos para que así puedan visibilizar, escalar y potenciar sus iniciativas de impacto en beneficio de la comunidad, pues es tarea de todos construir el país que queremos y sobre todo que nos merecemos..

# “LAS COMPRAS SOSTENIBLES SON CLAVE PARA QUE LAS EMPRESAS ASEGUREN LA CONTINUIDAD DE SU NEGOCIO Y SEAN EFICIENTES”

*Stakeholders* conversó con Wendy Rojas López, directora de la consultora Impacto Positivo. La especialista nos cuenta sobre su reciente lanzamiento de modelo de Compras Responsables con Impacto Sostenible (CRIS), el cual se ha convertido en el primer modelo peruano que permite mitigar los riesgos de la cadena de suministro, así como fortalecer la gestión con los proveedores bajo un enfoque integral.

## ● ¿Qué entendemos por compras sostenibles?

Según la norma ISO 20400, las compras sostenibles son una forma de gestión que permite a las áreas de compras de las organizaciones tomar en consideración los aspectos de sostenibilidad, es decir los criterios ambientales, sociales y de gobernanza, en la cadena de suministro, con el propósito de mitigar sus riesgos, minimizar los impactos adversos y fortalecer la gestión con los proveedores.

En esencia, las compras sostenibles no solo implican la optimización de recursos y la reducción de costos operativos, sino también un firme compromiso con la responsabilidad social y ambiental. Al considerar aspectos como la gestión ética de proveedores, el respeto a los derechos humanos, cuidado ambiental, las organizaciones pueden operar con integridad y generar valor compartido con todos sus grupos de interés.

## ¿Por qué las empresas deberían optar por implementar en sus procesos las compras sostenibles? ¿Cuál es su importancia?

La implementación de compras sostenibles es una estrategia clave para las empresas, y su importancia radica en múltiples dimensiones que abarcan desde la responsabilidad corporativa hasta la creación de valor a largo plazo. Los estándares internacionales de sostenibilidad consideran en sus indicadores y lineamientos de evaluación, la gestión de la sostenibilidad en el proceso de abastecimiento. Ade-

**Wendy Rojas López,**  
Directora de la consultora  
Impacto Positivo



más de ello, las normativas y certificaciones, como la de AENOR, la cual está basada en la Estrategia de Compras de la Norma ISO 20400, proporcionan un marco sólido para guiar la implementación de compras sostenibles y brindan una estructura para medir el progreso en términos de sostenibilidad.

Sin embargo, más allá del cumplimiento de los estándares y normativas, el corazón de las compras sostenibles reside en los valores éticos y en la construcción de relaciones responsables con los proveedores. Elegir a aquellos que comparten los mismos valores y que están comprometidos con prácticas laborales justas, respeto por los derechos humanos y conservación del medio ambiente, entre otros, debe ser siempre la primera opción. Es por ello por lo que contar con un proceso de compras sostenibles es primordial para no solo asegurar la satisfacción de nuestras necesidades presentes, sino que también proteja el futuro de las nuevas generaciones.

**¿Qué tan rentable es aplicar prácticas de compras sostenibles en una empresa?**

La implementación de prácticas de compras sostenibles en una empresa no solo es una acción ética y responsable, sino que también es rentable y beneficiosa. Las organizaciones buscan asociarse con proveedores que estén alineados a sus principios, propósito, buenas prácticas y estrategia de sostenibilidad. Esto puede atraer a más clientes que toman decisiones de compra basadas en criterios éticos, sociales y ambientales, lo que se traduce en mayores ingresos y participación en el mercado.

Y por otro lado, las compras sostenibles implican que las áreas logísticas tengan el potencial de gestionar eficientemente sus proveedores y prevenir riesgos de la cadena de suministro. Esto, a largo plazo, permite a las empresas asegurar la continuidad de su negocio y generar respuestas de acción rápidas y eficientes ante alguna situación de crisis cuyo origen está en la cadena de suministro.

**Impacto Positivo ha desarrollado un modelo de Gestión de Compras Sostenibles. ¿En qué consiste ese modelo?**

**lo? ¿Cómo lo llevarán a la práctica? ¿Cómo promoverán ese modelo en el sector empresarial?**

Con mi equipo, hemos desarrollado el modelo de Compras Responsables con Impacto Sostenible (CRIS), una metodología que permite integrar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en el proceso de compras. Este es el primer modelo peruano que permite mitigar los riesgos de la cadena de suministro, y también fortalecer la gestión con los proveedores bajo un enfoque integral y alineado a la ISO 20400.

Este modelo consiste primero en determinar la línea base para conocer las brechas existentes tanto de la empresa como de sus proveedores. Luego identificamos los riesgos de la cadena de suministro y también los criterios ASG aplicables a la cadena de suministro. Estos insumos son claves para generar finalmente los planes de desarrollo de los proveedores y así ayudarlos a reducir las brechas detectadas y potenciar sus capacidades para que sean más competitivos. Y para complementar la implementación de la gestión de com-





pras sostenibles, brindaremos una plataforma de homologación ASG, y también acompañamiento a las empresas en la certificación AENOR de la Estrategia de Compras Sostenibles, basada en la norma ISO 20400.

Cabe mencionar que nuestro modelo CRIS ya cuenta con la confianza de empresas grandes como Celepsa, UNACEM y también Austral Group, con quien hemos venido trabajando diligentemente para apuntar a la certificación de Aenor.

**¿De qué manera se puede empezar la integración de compras sostenibles? ¿Cuáles son esas prácticas que cualquier empresa, independientemente del tamaño, puede realizar?**

Para empresas de cualquier tamaño, hay prácticas esenciales que pueden adoptarse para integrar la sostenibilidad en el proceso de compras. En primer lugar, es importante contar con el compromiso de la alta dirección y de todo el equipo logístico. Asimismo,

realizar una evaluación interna a la empresa y proveedores es clave para determinar dónde se encuentran los riesgos de la cadena de suministro que pueden impactar directamente a la operación de la organización. Esto, a su vez ayuda a identificar las oportunidades de mejora y brechas en las prácticas actuales. Por último, es importante normalizar e integrar los ASG en el desarrollo de políticas y procedimientos claros que guíen las decisiones de compras sostenibles en la empresa.

**Respecto a compras sostenibles, ¿cuáles son los criterios que debe evaluar una empresa para la elección de proveedores?**

El proceso de compras tradicional evalúa únicamente los aspectos técnicos y económicos, tales como calidad, tiempo y precio. Con el modelo CRIS, ayudamos a las empresas a integrar criterios que valoran los criterios ASG en la cadena de suministro, tales como Derechos Humanos, Salud

y Seguridad Laboral, Cumplimiento de la Gestión Ambiental, Ética y Transparencia, entre otros. Esta evaluación se ve reflejada en los distintos tipos de evidencias que se les solicitará a los proveedores a lo largo del proceso de selección y homologación, como por ejemplo lineamientos, mecanismos de implementación y de evaluación.

**Tenemos entendido que su visión es transformar la etapa logística y llevarla a otro nivel ¿Qué estrategias usarán para lograrlo?**

En Impacto Positivo, tenemos la firme convicción de que las áreas de compras tienen el potencial de transformarse en un motor de cambio para toda organización que apueste por la sostenibilidad. En ese sentido, mediante el modelo CRIS, estas áreas podrán integrar los criterios ASG en las políticas y los planes estratégicos de compras, y los ayudará a trazar un camino más claro en términos de sostenibilidad. ..

## “NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD ESTÁ CADA VEZ MÁS INTEGRADA EN EL MODELO DE NEGOCIO”

María López Necochea, directora de Sostenibilidad MAPFRE Perú, explica que esta estrategia se encuentra basada en los pilares ESG y hace posible avanzar en el propósito que la compañía se ha propuesto: “Cuidar lo que te importa”.

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

Sabemos que el impacto ambiental de las empresas está íntimamente relacionado con su actividad, por ello, para MAPFRE, la Sostenibilidad es estratégica, porque nos permite seguir avanzando en nuestro propósito de “Cuidar lo que te importa”. Nuestra estrategia de sostenibilidad está cada vez más integrada en el modelo de

negocio, de tal manera que podemos afrontar los grandes desafíos globales gestionando los riesgos y oportunidades ESG.

### ¿Desde cuándo cuentan con una estrategia de sostenibilidad y cómo se integra a las operaciones de la compañía?

Nuestra estrategia de Sostenibilidad fue implementada en el año 2019, basada en los pilares ESG (ambientales, sociales y de gobierno, por sus siglas

en inglés), incluyendo además en el pilar “Negocio” porque es la manera en que podemos lograr la integración de la sostenibilidad en el negocio tanto asegurador (con productos sostenibles y unas políticas de suscripción igualmente alineadas) como en las inversiones.

### Específicamente, ¿en qué marco de esta estrategia se despliegan las acciones en relación al reciclaje?

Las acciones de reciclaje se llevan a



**María López Necochea,**  
directora de  
Sostenibilidad  
MAPFRE Perú

cabo dentro del marco de reducción de Huella de Carbono y de Neutralidad de Carbono, que constituyen nuestro objetivo principal dentro del pilar ambiental de nuestra estrategia de Sostenibilidad.

**¿Qué iniciativas han venido desarrollando en relación al reciclaje? ¿Cómo han involucrado a otros actores al respecto?**

Las acciones de reciclaje son una constante en nuestra estrategia de Sostenibilidad. Para convertir a nuestros colaboradores en agentes

## Las acciones de reciclaje se llevan a cabo dentro del marco de reducción de Huella de Carbono y de Neutralidad de Carbono.

de cambio, realizamos charlas de sensibilización y formación, además desplegamos contenedores específicos para promover el reciclaje de residuos. Asimismo, organizamos sor-

teos y concursos que contribuyen, de una manera divertida, a generar conciencia sobre el reciclaje. Adicionalmente, con la finalidad de difundir esta cultura y concientización entre nuestros clientes y público en general, desarrollamos actividades en torno al reciclaje, por ejemplo, para las fiestas de Navidad 2022, presentamos un árbol de Navidad sostenible colocado en el Centro Comercial Real Plaza Salaverry, en Lima, decorado con soguilla de algodón, material 100 % reciclable.

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

En MAPFRE, estamos comprometidos a la reducción de la Huella de Carbono y a la “Neutralidad de Carbono” en el 2030 como Grupo, y en Perú tenemos el compromiso de lograrlo en el año 2024. Por ello se ha establecido un plan de huella ambiental que incluye acciones específicas para reducción del consumo de energía, de papel y de agua, además de impulsar la movilidad sostenible, a través de unidades ecológicas. También podemos contribuir desde el seguro, por ello hemos elevado la exigencia en la suscripción y en la inversión, con el objetivo de incentivar a nuestros clientes a transitar hacia esa economía libre de carbono.

Además, reafirmando este compromiso sostenible, recientemente nos inscribimos en el programa “Huella de Carbono Perú” del Ministerio del Ambiente, en cumplimiento de las metas a nivel nacional en materia de cambio climático. ..



## ARCA CONTINENTAL LINDLEY RECIBE DOS RECONOCIMIENTOS DE LA ASOCIACIÓN DE BODEGUEROS DEL PERÚ (ABP)

La Escuela de Negocios Coca-Cola fue reconocida como mejor programa de capacitación por segundo año consecutivo; así como ocupó el primer puesto en la categoría “Soporte de Implementos de Gestión” por dotar de implementos de gestión esenciales para las bodegas.

La Asociación de Bodegueros del Perú (ABP) ha galardonado por segundo año consecutivo a la Escuela de Negocios Coca-Cola, iniciativa de Arca Continental Lindley, por ocupar el primer lugar en la categoría “Mejor Programa de Capacitación”, dentro del concurso “Apoyando Bodegas”.

“Este logro es producto del trabajo conjunto con los bodegueros del país, que cada vez más buscan sacar adelante a sus familias mediante el crecimiento de su negocio.

Estamos muy contentos de los resultados que venimos obteniendo con la escuela, que este año cumple 19 años. Sin duda, es un éxito que compartimos con todas las personas que forman parte de este proyecto”, señala Víctor Guaylupo, líder de la Escuela de Negocios Coca-Cola.

De la misma manera, dentro del concurso, la compañía obtuvo el primer lugar en la categoría de “Soporte de Implementos de Gestión”. Esto debido a sus esfuerzos por contribuir a la provisión de elementos esenciales para la gestión de bodegas.

“Hemos sumado esfuerzos para que los bodegueros puedan tener herramientas que hagan crecer su negocio y vayan acorde a las tendencias del mercado. Una adecuada experiencia en el punto de venta es necesaria para la captación y retención de clientes. Por este motivo, uno de nuestros objetivos es brindarles a nuestros socios todos los implementos necesarios para la gestión de su bodega”, indica Giancarlo Larios, gerente de Shopper & Trade Marketing de Arca Continental en Perú.



### EL DATO

Arca Continental Lindley, embotelladora y comercializadora exclusiva de las marcas de Coca-Cola Perú, proyecta capacitar a 30 mil bodegueros en todo el país durante el 2023 con su programa Escuela de Negocios Coca-Cola.



## LA UPC ES LA ÚNICA UNIVERSIDAD ACREDITADA EN EL PERÚ

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) se enorgullece de anunciar que ha recibido el reconocimiento del SINEACE (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa) de Perú por la Acreditación Institucional de WSCUC (WASC Senior College and University Commission). Este logro confirma que la UPC es la única universidad acreditada en el Perú y respalda su búsqueda constante de la excelencia académica.

En el año 2022, la UPC se convirtió en la única universidad en el Perú en obtener la acreditación de WASC, una de las agencias más prestigiosas de Estados Unidos, reconocida por su rigurosidad y estándares de calidad. Esta reacreditación se otorgó por 10 años más, el periodo máximo posi-

ble, luego de someter a la UPC a un exhaustivo proceso de auditoría que demostró su compromiso con la calidad educativa.

La acreditación de WASC coloca a la UPC en el mismo nivel de excelencia que prestigiosas universidades a nivel mundial, como Stanford, Berkeley, Caltech y UCLA, que también han obtenido esta acreditación. Este reconocimiento confirma que, en la UPC, los estándares de calidad y programas académicos están a la altura de las mejores instituciones educativas a nivel global.

Ser una universidad acreditada por WASC brinda una serie de beneficios a los estudiantes. Entre ellos, la posibilidad de establecer convenios internacionales más sólidos y enriquecedores, como el exclusivo con-

venio con la Universidad de Arizona. En UPC, reafirmamos nuestro compromiso con la calidad y la mejora continua. Nuestra misión es formar líderes íntegros e innovadores, con visión global, capaces de transformar el Perú y contribuir al desarrollo sostenible. Estos reconocimientos nos impulsan a seguir trabajando con pasión y dedicación para ofrecer una educación de excelencia a nuestros estudiantes.

UPC continúa liderando la educación superior en el Perú como la única universidad acreditada tanto por WASC como por SINEACE. Estos logros reflejan su compromiso inquebrantable con la calidad académica y la motivan a seguir creciendo y evolucionando en beneficio de la comunidad universitaria y del país en su conjunto..

# “FUNDAMOS ASOCIACIÓN PATAZ CON EL OBJETIVO DE FOMENTAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA LIBERTAD”

Jimena Sologuren, miembro del Consejo Directivo de Asociación Pataz y subgerente de RS y Comunicaciones de Poderosa, detalla a continuación algunos de los resultados que se han logrado en beneficio de la población de Pataz y otras comunidades gracias a un trabajo articulado.

## La Asociación Pataz cumple 17 años desde su fundación, ¿cómo nació la iniciativa desde Minera Poderosa?

Minera Poderosa tiene sus operaciones en el distrito y provincia de Pataz, sierra de La Libertad, desde hace 43 años. En el 2006, fundamos Asociación Pataz con el objetivo de fomentar el desarrollo sostenible en La Libertad, principalmente en la sierra de la región, mediante la ejecución de programas, proyectos y actividades sustentables, bajo una estrategia de intervención participativa con la población. Esto, tanto en el área de influencia directa e indirecta de la empresa, con el fin de mejorar la calidad de vida de las familias y garantizar la sostenibilidad de las operaciones mineras. Para Poderosa, mantener relaciones de buena vecindad y de cooperación para el desarrollo con las comunidades es vital, por ello promovemos el desarrollo bajo un enfoque territorial basado en la participación activa de todos los actores en el proceso de desarrollo.

## ¿También ha nacido Rurana en este propósito?

Además, con la idea de seguir fortaleciendo las iniciativas de desarrollo territorial en el distrito de Pataz y de seguir apostando por la institucionalidad y la gobernanza, el año pasado nace Rurana, el Centro de Innovación Social de Asociación Pataz con el encargo de gestionar la innovación para hacer de Pataz un distrito innovador.



A través de esta área, buscamos enfrentar los desafíos sociales, ambientales y económicos bajo un enfoque sistémico articulando los actores para que a través de la innovación se genere desarrollo.

## ¿Qué proyectos han planteado desde la asociación?

Buscamos el desarrollo integral. Trabajamos en diversos proyectos bajo diferentes enfoques. Creemos que es vital promover el fortalecimiento del capital humano mediante la mejora de los servicios de salud y educación. Estas iniciativas incluyen acceso a centros de cómputo e internet, robótica educativa, la capacitación a promotores de salud que tienen un rol importantísimo en la lucha contra la anemia y desnutrición infantil. Cabe resaltar que en estos 17 años hemos logrado

disminuir la desnutrición crónica infantil en 10 puntos porcentuales y la anemia en casi 30 %.

Así mismo, impulsamos la mejora económica apostando por el desarrollo agropecuario y el emprendimiento social.

## ¿Qué impactos positivos se han generado en cuanto a lo agropecuario?

En cuanto al desarrollo agropecuario, no solo se han mejorado los rendimientos y fortalecido las capacidades de los productores en la sierra libertina. Creemos en la investigación agraria por lo que trabajamos de la mano con el INIA, el Centro Internacional de la Papa y con municipios; hemos lanzado nuevas variedades de papas: resistentes a la rancho, el calor, las heladas, con mejores cualidades para

la fritura y el horneado, y estamos trabajando en variedades biofortificadas. Trabajamos con la Asociación de Guardianes de Papas Nativas del Perú (AGUAPAN) porque conocemos la gran importancia de salvaguardar la gran riqueza genética de estas variedades.

**Desde el emprendimiento social, ¿qué iniciativas han desarrollado?**

En cuanto al emprendimiento social, trabajamos con emprendedores como Simbiosis, con quienes se trabajó en el fortalecimiento de las capacidades de los habitantes de Huaguil donde hoy se colectan hongos comestibles que son exportados. Además, lanzamos el premio Hub Norte de la mano con Kunan, plataforma de emprendimiento social de Perú Sostenible, y otras organizaciones de La Libertad para seguir fomentando el crecimiento de más emprendimientos sociales que nos ayuden a cerrar brechas y alcanzar los ODS.

**¿Qué acciones han ejecutado para asegurar la sostenibilidad de estos proyectos?**

Ahora, para que los proyectos que ejecutamos sean sostenibles y exitosos es importante trabajar también la gobernabilidad e institucionalidad del territorio. En ese sentido, apostamos por los Comités de Desarrollo Comunal (CODECOS) del distrito de Pataz. Los CODECOS están presentes en todos los anexos del distrito de Pataz con el fin de promover el desarrollo integral y sostenible con una participación activa del proceso del presupuesto participativo y articulación con todos los actores del distrito. Desde que están los CODECOS en el distrito de Pataz, todos los anexos del distrito presentan proyectos para mejorar la calidad de vida de su comunidad de acuerdo al presupuesto participativo.

Además, presentan proyectos a un Fondo concursable de Poderosa, y lo interesante acá es que el Fondo generalmente no cubre ni el 50 % de presupuesto de los proyectos presentados,

por lo que el CODECOS debe completar los fondos faltantes con buena gestión e involucrando a más actores. A la fecha se han ejecutado más de 30 proyectos beneficiando a más de 12 mil personas.

**¿Qué otro papel han cumplido estos comités?**

La apuesta por los CODECOS ha hecho posible llevar el mismo grado de institucionalidad y gobernanza a las Juntas Administradoras de Agua y Saneamiento- JASS. En el distrito hay tres JASS reconocidas como modelos por la SUNASS, casi el 100 % del distrito tiene sistemas de agua potable con micromedición, es decir, que se paga por el consumo del agua para que sea sostenible la gestión del sistema.

**¿Cuántas familias se han beneficiado gracias a estas iniciativas? ¿De qué manera?**

Se han beneficiado más de 20 000 familias de 154 centros poblados de 14 distritos de las provincias de Pataz, Sánchez Carrión y Bolívar; reduciendo los indicadores de anemia y desnutrición crónica, mejorando los logros educativos e implementando los centros de recursos tecnológicos con el servicio de internet en las II.EE., mejorando los servicios básicos de la población, promoviendo emprendimientos e incrementando los ingresos económicos de las familias cuya actividad principal es la agropecuaria, además del apoyo social a familias pobres y vulnerables, entre otros.

**¿Cuánto ha mejorado el Índice de Desarrollo Humano (IDH) en la provincia de Pataz, en La Libertad?**

El Índice de Desarrollo Humano del distrito de Pataz se ha duplicado en los últimos 14 años de 0.259 el 2007 a 0.5114 el 2021. Nosotros hemos contribuido a esta mejora significativa. Trabajamos también siguiendo los lineamientos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Hemos contribuido y promovido en el mejoramiento de los servicios básicos en el distrito de Pataz. Según el estudio de línea base del distrito realizado por el PNUD en 2022, hubo una evolución en el acceso promedio a servicios básicos en los hogares.

**¿Qué otros proyectos tiene Minería Poderosa para ayudar a la comunidad de Pataz? ¿Cuáles son sus metas a futuro?**

Continuamos desarrollando proyectos de desarrollo en el marco de nuestros ejes estratégicos enmarcados en el cierre de brechas sociales, económicas y ambientales. Esto es posible con la intervención del Centro de Innovación Social de Asociación Pataz (Rurana), que es el área técnica y metodológica, mediante el cual incorporamos procesos de co-creación, participación e ideación colectiva de las intervenciones nuevas y en curso, con enfoque innovador, orientadas en la línea de 7 Misiones establecidas para alcanzar el desarrollo del distrito de Pataz y de aquellos otros territorios indirectos donde intervenimos.

Estas Misiones son:

- M1 - Salud, bienestar físico y mental.
- M2 - Innovación, educación y movilidad social.
- M3 - Desarrollo económico y generación de riqueza.
- M4 - Nutrición y seguridad alimentaria.
- M5 - Cuidado del medio ambiente y de los ecosistemas.
- M6 - Comunidades, cultura y sostenibilidad.
- M7 - Institucionalidad.

Asimismo, continuamos coordinando con los Gobiernos locales y el regional para desarrollar proyectos de inversión pública en el marco del mecanismo de Obras por Impuestos, relacionados a proyectos de saneamiento básico, educación, salud, desarrollo económico y gobernabilidad..

## DESTACAMOS POR NUESTRA GESTIÓN SOSTENIBLE



### Por 6º año consecutivo Aceros Arequipa es reconocida por Perú Sostenible

Corporación Aceros Arequipa ha sido reconocida como Empresa con Gestión Sostenible (DEGS) 2022, **incluyendo un reconocimiento especial en la categoría "Cadena de valor"**. Estos reconocimientos reflejan su compromiso con el desarrollo sostenible. Durante la duodécima edición del certamen Perú Sostenible, la empresa se destacó por su gestión en cuatro dimensiones:



Modelo de  
Negocio e  
Innovación



Gobernanza



Aspectos  
Ambientales

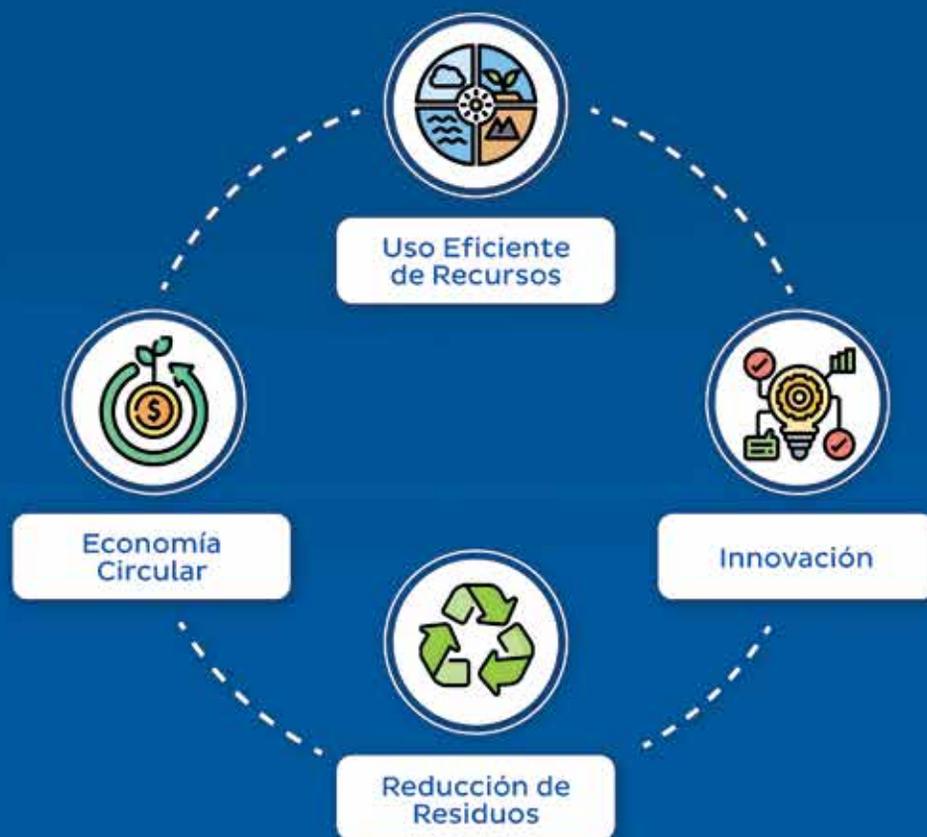


Aspectos  
Sociales



Con una puntuación general de **90.46/100**, Aceros Arequipa renueva su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo del país.

Aceros Arequipa tiene una estrategia de sostenibilidad hasta 2030 que impulsa:



La empresa adopta la economía circular en su producción de acero, utiliza tecnología avanzada y se enfoca en el reciclaje.



También ha sido reconocida en índices y rankings globales de sostenibilidad, incluyendo el Índice de Sostenibilidad DJSI MILA Pacific Alliance y el S&P Global Sustainability Yearbook 2023.

Además, la empresa se destaca por su compromiso con la cadena de valor, seleccionando proveedores y materiales basados en criterios ASG y fomentando compras responsables. Su enfoque en contratación local, planes de mejora y estímulos adecuados contribuye al crecimiento sostenible de los proveedores y al desarrollo del país.



Fundada en 1964, Corporación Aceros Arequipa tiene una presencia significativa en la región, incluyendo Bolivia, Colombia, Ecuador, Chile y Estados Unidos. **Su compromiso con la sostenibilidad y su enfoque en la economía circular la han convertido en una empresa líder en prácticas responsables y sostenibles en la industria del acero.**



<https://acerosarequipa.com/pe/es/>

**ACEROS  
AREQUIPA**

# UPN TRANSFORMA LA VIDA DE SUS ESTUDIANTES CON INNOVADORA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

José Nicanor Gonzales Quijano, rector de la Universidad Privada del Norte (UPN), menciona que cuentan con tres pilares fundamentales de sostenibilidad, los cuales también han permitido que hayan recibido por parte de Perú Sostenible el distintivo Empresa con Gestión Sostenible en su última edición.

● **¿Qué significa para la compañía u organización el haber obtenido en esta ocasión el ahora distintivo Empresa con Gestión Sostenible (EGS)?**

Para UPN significa reafirmar nuestro compromiso con la sostenibilidad en todos los niveles de nuestra institución, como señal de la responsabilidad permanente que tenemos con nuestros estudiantes y docentes de transformar el país, a través de la educación. Este reconocimiento

otorgado por Perú Sostenible, nos permite medirnos con estándares globales y mejorar constantemente la gestión integral de nuestra institución.

**¿Desde cuándo decidieron apostar por un fuerte enfoque en sostenibilidad?**

Desde hace casi tres décadas, la Universidad Privada del Norte (UPN) viene transformando la vida de sus estudiantes mediante procesos edu-

cativos innovadores que privilegian el aprendizaje, el pensamiento crítico y el espíritu emprendedor, permitiéndoles contribuir al desarrollo sostenible de nuestra sociedad y al logro de sus objetivos de vida. Desde el 2016, UPN inicia el proceso hacia la sostenibilidad, conscientes del rol clave de la universidad como eje formador y ejecutor del buen desempeño ambiental institucional en el Perú en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).



**En línea con estos objetivos, ¿en qué año optaron por participar en el reconocimiento EGS?**

En ese sentido, en el 2020 se apostó por medir nuestra gestión en los estándares ambientales, sociales y de gobernanza. Este segundo reconocimiento en el 2022 es fruto del compromiso de nuestros 3 pilares de sostenibilidad: i) diversidad e inclusión, ii) vínculo social y iii) campus y gestión sostenible.

**Desde el sector educación, ¿cuáles considera son los desafíos más importantes en la búsqueda de una gestión sostenible?**

Al ser una institución de educación superior, la formación de futuros profesionales que lleven su potencial al máximo y que contribuyan al desarrollo de nuestro país en beneficio de las personas y el planeta es uno de los desafíos. Por lo tanto, creemos que la sostenibilidad está vinculada con la formación de valores cívicos, ciudadanos, éticos, de preocuparse por los problemas de su comunidad y buscar solucionarlos de manera positiva.

**¿Cuál es la propuesta de UPN desde su rol en la sociedad al respecto?**

La propuesta de UPN es generar sostenibilidad desde la formación de los estudiantes, por ello, nuestra malla curricular es importante porque permite al estudiante conectarse con lo que ahora piden las empresas haciéndolo más empleable, pero además con la capacidad de aportar realmente a su comunidad y el país.

**En ese sentido, ¿qué aspectos han destacado para poder hacerse acreedores de este reconocimiento?**

Venimos trabajando en tres ejes: a) Eje pedagógico, b) Eje de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, y c) Eje de Investigación e Innovación. En el primer eje se ha incorporado en nuestras mallas curriculares contenido de sostenibilidad a nivel teórico y se ha seleccionado un curso por carrera para que puedan ejecutar actividades sociales y ambientales.

**¿Qué acciones resaltan en relación al Eje de Sostenibilidad y Responsabilidad Social?**

En el segundo eje, se cuenta con un plan de *campus* sostenible que nos ha permitido hacer una operación más ecoeficiente; como la implementación de grifería ecoeficiente y urinarios secos en todos los campus a nivel nacional, implementación progresiva de luminaria ecoamigable, monitoreo y reducción de la generación de residuos, e instalación de un sistema de riego ecoeficiente y generación de energía a través de paneles solares.

Hemos medido nuestra huella de carbono, a través de un compromiso firmado el 2022 ante el Ministerio del Ambiente a través de un cambio progresivo y gradual de nuestra matriz de consumo de energía eléctrica.

En el eje de Eje de Investigación e Innovación, actualmente nos ubicamos en el TOP 3 de universidades peruanas con mayor producción científica en la reconocida base de datos Scopus, contamos con el mejor Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación con la mayor actividad de protección intelectual a nivel nacional como líderes absolutos en solicitudes de patentes, con 60 solicitudes presentadas en el 2022 en Indecopi.

**En su consideración, ¿qué importancia tiene la herramienta integral EGS para aportar al desarrollo sostenible del Perú?**

Somos un país que hoy más que nunca debe trabajar con las herramientas de gobernanza, social y ambiental, en el sector privado, estatal y sociedad civil. Para ello es importante la formación

**La propuesta de UPN es generar sostenibilidad desde la formación de los estudiantes.**

**Específicamente, ¿qué han implementado en relación a proyectos sociales?**

El vínculo social del segundo eje se brinda a través de proyectos sociales con la participación de más de 10 mil estudiantes y beneficiando a más de 16 mil personas, tales como el “Preventorio de Salud La Ensenada” (<https://www.upn.edu.pe/responsabilidad-social/preventorio-de-salud>), el consultorio de negocios (<https://blogs.upn.edu.pe/negocios/2023/07/05/consultorio-de-negocios-upn-se-encuentra-a-disposicion-de-la-comunidad-de-lima-norte/>), y la clínica universitaria digital (<https://blogs.upn.edu.pe/derecho/2022/09/19/clinica-legal-virtual-comunidad-upn-realiza-sopORTE-juridico-a-personas-de-escasos-recursos/>).

**La investigación desde la academia es crucial. ¿Qué han logrado alcanzar en este tercer eje?**

de profesionales con esos contenidos y prácticas, pero eso requiere coherencia institucional porque las organizaciones deben tener una mirada introspectiva y revisar cómo están internamente en estos temas para un aporte sólido y sostenible al país.

**Finalmente, ¿qué expectativas tienen para continuar siendo una casa de estudios que cuenta con una gestión sostenible en sus diversas actividades?**

Este año estamos midiendo y certificando nuestra huella de carbono, lo que nos ayuda a hacer una gestión más ecoeficiente cada día, entendiendo que la sostenibilidad es un tema transversal que involucra diversas disciplinas y áreas institucionales, así como un trabajo integrado con actores involucrados, como socios estratégicos en las comunidades donde desarrollamos nuestras actividades. ..

## “CAJA AREQUIPA NACIÓ CON 30 MIL DÓLARES Y HOY DÍA TENEMOS 10 MIL MILLONES DE SOLES EN ACTIVOS”

Wilber Dongo Díaz, gerente central de Negocios de Caja Arequipa, conversó con *Stakeholders* sobre los resultados del ejercicio del I semestre, sus programas de inclusión financiera y sobre los objetivos trazados para los próximos años. Su meta: servir a la población de manera sostenible.

**De todos los resultados del ejercicio de I semestre ¿Cuáles podría resaltar? ¿Por qué?**

Al cierre de junio, corte que hicimos para la presentación de los resultados del ejercicio del I semestre a los stakeholders, podemos notar que la Caja creció en 1.120 millones de soles en los últimos 12 meses en colocaciones. Nuestros saldos a dicho corte, están en más de 8.200 millones de soles en cartera de créditos; los depósitos suman 6.500 millones y en ese periodo hemos crecido más de 75 mil clientes de créditos. Caja Arequipa tiene 1.8 millones de clientes, tanto en créditos como en ahorros, y la morosidad es la más baja del mercado. A junio tenemos 4.16% y el sistema de todo el sistema financiero está por encima del 6%. Estos indicadores son los principales referentes que se manejan en la industria del sistema financiero y en el cual claramente destacamos por los logros realizados.

Tenemos la satisfacción de haberlo logrado, pese a un entorno post pandemia, los efectos del conflicto armado en Europa, a las cual se sumó una crisis social en nuestro país - en el mes de diciembre - con el cambio de Presidente. Estas situaciones provocaron que muchos microempresarios se vean incapacitados a recibir créditos. Sin embargo, Caja Arequipa, líder del sistema de microfinanzas, tiene preparado un equipo muy capacitado y profesional, un modelo de negocio apoyado por la analítica de datos, la automatización de nuestros procesos, pero en especial, la cercanía con nuestros clientes, factores que han hecho posible estos resultados.



**Wilber Dongo Díaz**  
Gerente central de  
Negocios de Caja Arequipa

**¿Qué representa para Caja Arequipa el haber obtenido estos resultados? ¿Los considera favorables?**

Ha sido un reto especial porque nos comprometimos, el año pasado, a superar los 8.700 millones de soles a fin de año. Estamos cumpliendo con dicho objetivo pese a este entorno cambiante. Desde febrero a la fecha, Caja Arequipa ha superado estos retos y dificultades con estrategias distintas. Primero, el acercamiento y asesoría que tenemos como institución en la oferta de nuestros productos, la cultura que nosotros transmitimos a nuestros clientes, con mensajes de comunicación que resalta nuestro propósito de servir a personas y no sólo los beneficios del producto, es decir, no comunicamos los atributos funcionales del producto, sino que valoramos la relación con el cliente. Tenemos un propósito transversal que se denomina: ‘Personas sirviendo a personas’.

El acercamiento que tenemos a través de la digitalización de los procesos de admisión para la oferta de nuestros productos ha mejorado la productividad de cada analista de crédito, quienes son las personas que otorgan los créditos. Nosotros usamos mucho ahora la inteligencia artificial y el análisis de datos que permiten inferir la capacidad y el comportamiento de pago de los clientes. Es decir, nos anticipamos a cualquier desvío de cumplimiento, por eso la morosidad es la más baja del sistema financiero. Además, somos la única caja municipal que ha recibido la calificación A- otorgada por una clasificadora de riesgo regulada por la SBS.

**Caja Arequipa es la cuarta entidad que más bancariza gracias al desarrollo de seis productos inclusivos y la capacitación en educación financiera. ¿Cómo van los trabajos en ese aspecto? ¿Cuántos son los beneficiarios?**

Caja Arequipa nació en el año 1986 con un capital de sólo 30 mil dólares y hoy día tenemos 10 mil millones de soles en activos. Es muy significativo el crecimiento en 37 años de experiencia. Desde nuestro nacimiento, comenzamos a dar acceso financiero, es decir, comenzamos



a realizar una labor de inclusión con un modelo de gestión personalizada y relacional, logramos dar identidad a cada cliente y comenzamos a dar oportunidad de crecimiento a los microempresarios de provincias (las Cajas no podíamos operar en Lima). Nuestro propósito fue incluir a cada persona, a sus familias y por lo tanto a la sociedad en un mercado empresarial a la cual solo las grandes empresas que tenían propiedades o garantías tenían acceso. El segundo aspecto principal como organismo de microfinanzas es que la ley nos obliga a que luego de contribuir con el 30% del impuesto a la renta, del 70% restante de la utilidad lograda en cada año, la mitad es entregada a la Municipalidad de Arequipa, propietario actual de la Caja, para la realización de obras de bien social a favor de la población, mientras que el otro 35% sirve para capitalizar la Caja y seguir creciendo dando más oportunidades al sector de la Mypes. Por el lado de educación financiera, tenemos varios programas de capacitación fundamentalmente dirigido al género femenino, pero también estamos cuidando mucho el tema de medioambiente. Por ejemplo, 25 agencias de la caja ya tienen energía fotovoltaica y pensamos tener 50 más en los próximos 12 meses. Asimismo, reciclamos en las 212 agencias que tenemos a nivel nacional. Tenemos claro desde nuestro nacimiento la importancia del valor compartido con nuestra sociedad.

**Caja Arequipa cuenta con una lista de exclusión de negocios que perjudiquen**

**el medio ambiente. ¿En qué consiste esta medida y cómo contribuyen a que esta lista sea cada vez menor?**

Desde los años 90 que empezamos a dar créditos a las microempresas, definimos como política no atender a aquellas actividades que afectan no solo al medioambiente, sino también a la sociedad. Tenemos como propósito que nuestra existencia sea para servir a las personas, que nuestras operaciones permitan la sostenibilidad de un mejor ecosistema que todos podamos disfrutar.

**¿Qué desafíos les espera en los próximos años? ¿Cuáles son sus principales metas?**

Estamos en este proceso de transformación digital. Nosotros avanzamos en el 2019 con la creación de un laboratorio de innovación digital que generó avances desarrollados en nuestro aplicativo móvil siendo clave para afrontar la pandemia en el año 2020. Según las empresas de monitoreo de estos servicios, en los últimos 24 meses, nuestra aplicación móvil se ubica en el primer lugar como el más usado del sistema financiero y con funcionalidades que ofrecen la mayor satisfacción por su sencillez y seguridad. Principalmente, nos enfocamos en que el uso de estas herramientas digitales nos ayuden servir a las personas, de eso se trata la transformación digital, no es un fin en sí mismo, se trata de ayudar y servir a las personas con mayor conocimiento de sus necesidades y facilitar el acceso a los servicios...

# CAMPAÑA DE PACÍFICO SALUD BUSCA COMBATIR LA ANEMIA INFANTIL

El programa tiene como objetivo atender a 2 mil niños y capacitar a más de 4 mil personas este 2023. En el Perú, 4 de cada 10 niños padece de esta enfermedad.

Un bajo nivel de hierro puede causar problemas de aprendizaje en los niños, disminución del período de atención y reducción de la lucidez mental.

Como parte de su propósito de ayudar a las personas a llevar vidas más saludables, Pacífico Salud relanza su programa de responsabilidad social y voluntariado Tan Fuertes Como el Hierro (TFCH), una iniciativa que tiene como objetivo prevenir y controlar la anemia en niños de 3 a 5 años, así como sensibilizar y capacitar sobre esta enfermedad a las familias y el entorno educativo.

“Tan Fuertes Como el Hierro nació con el objetivo de contribuir en la reducción de ese porcentaje de niños que viven con esta enfermedad sin saber que la tienen, es por ello que brindamos despistajes de anemia gratuitos y suplementación de hierro a más de dos mil menores. Además, en el marco de la prevención, capacitaremos a más de 4 mil personas sobre esta condición, incluyendo padres, madres, directores de colegios, plana docente y miembros del comité de alimentación en los colegios de San Juan de Lurigancho donde realizamos las intervenciones y mediante nuestras campañas de comunicación a nivel nacional”, comentó Guillermo Garrido-Lecca, gerente general de Pacífico Salud.

Según el Ministerio de Salud (Minsa), en el Perú, 4 de cada 10 niños padece de esta enfermedad. Esta iniciativa instruye, forma y logra disminuir la tasa de niños con anemia en los colegios estatales de nivel inicial donde se vienen reali-



zando las intervenciones, generando sinergias entre el sector privado y público, así como involucrando y sensibilizando a los colaboradores de Pacífico como voluntarios.

El programa se viene realizando en dos etapas durante el 2023: “La primera etapa de Tan Fuerte Como el Hierro la iniciamos en abril, teniendo un alcance de 1 053 niños de 3 a 5 años, de los cuales el 25 % fueron detectados con anemia y 3 meses después obtuvimos resultados alentadores con casi el 70 % niños que lograron superar esta enfermedad”, afirmó Guillermo Garrido-Lecca.

La primera intervención se llevó a cabo en cinco colegios estatales de nivel inicial ubicados en San Juan de Lurigancho, donde se realizaron los respectivos tamizajes, que consiste en diagnosticar el nivel de hemoglobina en los niños, así como control de peso y talla según edad para reforzar necesidades nutricionales.

Los menores con diagnóstico positivo de anemia recibieron atención personalizada con pediatras y, para su tratamiento, se les entregó gratuitamente suplementos de hierro. En paralelo, se llevaron a cabo actividades con los niños junto con sus

## Tan Fuertes Como el Hierro nació con el objetivo de contribuir en la reducción de ese porcentaje de niños que viven con esta enfermedad sin saber que la tienen.

padres y apoderados, con una sesión demostrativa de preparación con alimentos ricos en hierro, consejería nutricional, promoción del consumo de agua segura y lavado de manos. Por otro lado, en la segunda etapa, se replicará esta intervención y se realizará entre agosto y noviembre con participación de otros cinco colegios del distrito de San Juan de Lurigancho, donde se espera beneficiar a más de mil niños de 3 a 5 años.

Esta campaña se desarrolla en el marco de la Política Nacional Multisectorial de Salud al 2030 “Perú, país saludable” y contempla el Plan

Nacional para la reducción y control de la anemia materno infantil y la desnutrición crónica infantil en el Perú 2017-2021, elaborado por el Ministerio de Salud, el cual este año plantea reducirla al 39 %.

Asimismo, se espera que para esta iniciativa participen alrededor de 300 voluntarios, donde en la primera intervención ya se ha logrado que más de 150 colaboradores, especialistas y personal de la salud se sumen a esta noble causa.

### La promesa de un menor sano

Al finalizar la campaña de salud, se realizó el monitoreo médico y

nutricional de manera continua durante los tres siguientes meses para velar el cumplimiento del tratamiento e indicaciones médicas; es decir, concretar que los niños han podido ingerir el suplemento de hierro entregado. Además, se desplegó estrategias educativas que impulsen hábitos de alimentación y estilos de vida saludable dirigidos a niños, padres, directoras, plana docente y miembros del Comité de Alimentación Escolar.

Con esta campaña, Pacífico Salud reafirma su compromiso por el bienestar y la salud de los niños en el Perú...



# RE.GENERACIÓN: NESTLÉ CAMBIA SU ENFOQUE PARA CREAR UN FUTURO RESILIENTE PARA NUESTRO PLANETA

Con esta iniciativa, la empresa líder en el sector de alimentos y bebidas busca revertir la degradación de la naturaleza y renovar los recursos naturales. Nestlé espera, junto a otros *stakeholders*, alcanzar su objetivo de sostenibilidad.

● Nestlé, líder global en el sector de alimentos y bebidas, ha reforzado su compromiso de largo plazo con la sostenibilidad, alineado con su filosofía de Creación de Valor Compartido. Durante décadas, ha trabajado bajo la convicción de que el éxito proviene de generar valor tanto para la comunidad global como para la empresa. Esta filosofía se ha extendido más allá de las sim-

ples métricas y compromisos empresariales y es la esencia misma de cómo Nestlé ve el mundo.

En ese sentido, Nestlé Perú presenta una nueva visión que tiene como foco la 'Re.generación', concepto con el que se busca trabajar para revertir la degradación de la naturaleza y renovar los recursos naturales. Además, con esto se busca también

mejorar y facilitar las condiciones para que la vida en nuestro planeta pueda recuperarse, florecer y sea resiliente.

Inspirados por la asombrosa capacidad de la naturaleza para regenerarse, la empresa busca forjar un futuro resiliente. "Desde Nestlé Perú hemos comenzado a trabajar por cocrear de las manos de nuestros principales



*stakeholders*, en la búsqueda de un futuro más resiliente para nuestro planeta y para las personas; es por ello, que hemos construido un nuevo enfoque que promueve sistemas alimentarios regenerativos a gran escala”, señaló Javier Texido, Gerente General de Nestlé Perú.

Nestlé dio a conocer este nuevo enfoque, anunciándose hacia todos sus colaboradores, empresas, sector público, medios de comunicación, clientes, organizaciones del rubro y prensa en un evento especial llamado “Generación Re.generación 2023: promoviendo una generación que regenera”, llevado a cabo el 31 de agosto con el fin de movilizar a sus principales actores hacia la construcción de una nueva estrategia de negocio.

En este evento, estuvo presente Albina Ruiz, Ministra del Ambiente, dando las palabras de bienvenida y se contó con un panel conformado por especialistas en el rubro, entre ellos: Pipo Reiser, Director de Alianzas & Cofundador de Sinba; Anton Willems, Director Ejecutivo Profonampe; Javier Perla, Gerente de Sostenibilidad SGS; Sandor Lukacs de Pereny, Sustainable Development Researcher de ESAN; Renzo Ruiz de Castilla, Gerente de Planta de Alimentos y bebidas de Nestlé Perú; Javier Texido, Gerente General de Nestlé Perú, entre otros líderes en el campo.

“Estamos dando un paso más allá y nos estamos embarcando a un nuevo viaje hacia la regeneración; para ayudar a proteger, renovar y restaurar el medio ambiente, optimizar los medios de vida de nuestra cadena de valor; y, por último, aumentar la resiliencia y el bienestar de las comunidades y de nuestros consumidores”, añadió Texido.

Nestlé invita a todos los *stakeholders*, incluidos medios de comunicación, consumidores y la comunidad en general, a sumarse al movimiento



Re.generación. La empresa considera que, con esfuerzos conjuntos, se puede trabajar por proteger y restaurar el ambiente, mejorar las condiciones de vida y el bienestar de la cadena de valor. Además, este nuevo enfoque busca en una siguiente eta-

pa involucrar a los consumidores de cara al próximo año.

Para más detalles sobre esta iniciativa y otras acciones de sostenibilidad de Nestlé, visite <https://www.nestle.com.pe/nestle-en-la-sociedad..>





## DANTE VERA: BANDAS INTERNACIONALES SE EXPANDEN A TRAVÉS DE LA MINERÍA ILEGAL

Tren de Aragua busca dominar zonas de minería aurífera y facilitar el negocio de la trata de personas en el norte del Perú.

● Dante Vera, director-fundador de V&C Analistas, brindó una entrevista al Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP) donde analizó las causas detrás de la ola de violencia que se está viviendo en la provincia de Pataz, La Libertad, que vienen afectando a una de las principales empresas productoras de oro del país, Minera Poderosa.

Además, advirtió que, de no tomarse cartas en el asunto, el problema de la minería ilegal en el país corre el riesgo de escalar y transformarse en narco minería, como se ha visto en países vecinos.

### ¿Cuáles son las principales causas del crecimiento de la minería ilegal en el Perú?

Hay un problema de primer orden, un problema estructural, que es la crisis de la agricultura familiar y la pobreza rural. Ese es un asunto que está golpeando a amplios sectores del campo y que no ven en su actividad económica actual una posibilidad de ingresos para su familia.

En segundo lugar, considero que las características del país, que tiene un 75.7 % de informalidad, hacen que esta se extienda en todas las regiones y, por lo tanto, las posibilidades de encontrar

empleo formal son muy escasas. Hay lugares en el Perú como Bagua, Jaén, Juliaca, en donde la informalidad llega casi al 80 % - 90 %. Esa es una segunda causa estructural, cuya remediación demorará algún tiempo, porque el Estado peruano ha tenido varios ensayos para superar esta situación y no lo ha logrado.

### ¿Hay una causa adicional?

Sí, hay un problema más de coyuntura que es el precio de los metales, particularmente del oro y el cobre. Desde hace unos años, el precio de dichos metales se mantiene y no dan la baja, incluso se han marcado récords

históricos de sus precios. Esto significa “una fiebre del oro”, en la cual se desplazan poblaciones a los llamados distritos o zonas mineras a excavar la tierra y buscar mineral como sea.

### ¿Cómo influye el contexto internacional?

Hay otras dos razones que son sumamente preocupantes y es lo que quiero subrayar porque son nuevas. Una es la inmigración que yo le llamo sur – sur; es decir, los migrantes que vienen de Venezuela, Colombia, Haití, ya no hacia Estados Unidos, sino hacia esta parte del continente, a la región andina, el Mercosur.

Esta emigración ocupa territorios sin que existan las condiciones como para incorporarlos a la economía, entonces se suman a una economía informal. Y lo que está ocurriendo es que se están incorporando a economías ilegales, como lo que viene sucediendo en el Perú.

### ¿Cuál es la otra razón?

La expansión de organizaciones criminales transnacionales, como es el caso del Tren de Aragua que se ha expandido a seis países del continente, desde Venezuela hasta Chile, pasando por el Perú, y se dedican a la extorsión, usurpación de terrenos, prostitución, etc. En el caso del Tren de Aragua, su presencia en el norte del país tiene dos propósitos: facilitar el negocio de la trata de personas y comenzar a tener presencia en lugares de explotación aurífera.

Este es el caso de Pataz y es probable que se extienda a otras zonas. En Cajamarca, la provincia de Cajabamba, ya tenemos noticias de la presencia de esta organización criminal, que se disfraza de compañía de seguridad para los mineros, pero en realidad son sicarios.

### ¿Eso significa que el problema de la minería ilegal en el país se encamina a ser mucho más grave?

La minería ilegal va a estar expuesta a un producto que ellos mismos están generando: la ilegalidad, que genera

este nuevo problema con organizaciones criminales transnacionales. Estas organizaciones vienen y les colocan “vacunas”, es decir los extorsionan y tienen que pagar. El problema está en que termine sucediendo como en Ecuador, Brasil y Colombia, donde estas organizaciones terminan haciendo minería ilegal y fomentan su vinculación con el narcotráfico, que ellos también desarrollan.

Por eso, ahora se habla de un negocio de narco minería.

### ¿Y cómo se traduce ese concepto de narco minería?

Es un fenómeno que está apareciendo, todavía no lo tenemos muy claramente establecido en el Perú. Salvo los grandes casos, como los Sánchez Paredes, no ha habido mucho este control territorial narco minero, pero ya se está produciendo en Ecuador, Brasil, Colombia, y creo que dentro de poco va a aparecer este fenómeno en Perú.

### En el caso de la provincia de Pataz, ¿hay algún otro factor local que haya influido para que surja el conflicto actual?

Pataz es digno de un estudio de caso porque lo que puede ocurrir dramáticamente en el Perú es que se multipliquen los “Pataz” y eso sería una cuestión demasiado complicada.

Primero, en Pataz hay un recurso enorme que es el oro. Y no es la única región del país que tiene ese recurso. Hay que poner especial atención en lo que pueda ocurrir en otras zonas del Perú ricas en oro.

Segundo, está presente la empresa mayor productora de oro en el país, Minera Poderosa, y hay otra empresa en Retama que se llama Horizonte, también produce oro, pero está un poco más lejos de Pataz.

Tercero, la empresa Poderosa había llegado a un acuerdo con los mineros informales que tienen larga data en la zona. El acuerdo, que viene funcionando bien desde el 2012, permite que

los mineros informales realicen explotación de oro en la concesión de la que Poderosa es titular, con la condición de que se formalicen y entreguen el oro a la empresa con el precio del mercado.

### Desde el 18 de agosto han declarado en Estado de Emergencia por 30 días a la provincia de Pataz. ¿Cómo contribuye esta medida y qué otras hacen falta para la solución del problema?

La declaración del Estado de Emergencia tiene que ir acompañada de tres tipos de acciones simultáneas. Primero, tiene que haber presencia policial, no estoy de acuerdo con que se militarice la zona. Tiene que haber presencia policial y no se trata de abrir una comisaría con siete policías porque no hacen nada, tiene que abrirse una base policial en la que incluso se destaque a efectivos de la Dirección Nacional de Operaciones Especiales (Dinoes).

### ¿Qué otras medidas se deben adoptar?

Tiene que haber presencia de otras instancias del Estado, particularmente fiscales, como las Fiscalías Especializadas en Materia Ambiental (FEMA); y jueces especializados en cuestiones ambientales para procesar a los delincuentes que atentan contra el medio ambiente y cometen delitos de minería ilegal.

### ¿Eso es suficiente?

También hay que tener un nivel de acción simultánea, tiene que haber un plan de ejecución de obras para instalar servicios públicos básicos en varios pueblos de la zona, donde no existen agua, desagüe, electricidad y vías de comunicación.

Entonces, policías, autoridades y servicios públicos. Además, tiene que ser un plan sostenido, no un operativo que dura unos días, sino que se despliegue de forma multisectorial del Estado y que sepa a dónde golpear, no que golpee a todo el mundo, sino que sepa dónde está el problema y el problema en Pataz son las organizaciones criminales. ..

# BCP LANZA CONVOCATORIA DE BECAS PARA ESTUDIAR EN LAS MEJORES UNIVERSIDADES E INSTITUTOS DEL PAÍS

El 42 % de los becarios BCP que se encuentran estudiando son de provincia. El programa cuenta con más de 300 egresados y cerca del 90 % se encuentra trabajando en empresas reconocidas. La postulación estará abierta hasta el 7 de enero de 2024 a través de la página web de la iniciativa.

En línea con su compromiso con la sociedad, el BCP abrió por undécimo año consecutivo su convocatoria al programa Becas BCP, para que jóvenes talentosos puedan estudiar en las mejores universidades e institutos del país. La entidad financiera busca brindar 80 becas y los interesados pueden postular hasta el 7 de enero de 2024 en [www.becasbcp.com](http://www.becasbcp.com).

El programa Becas BCP es una iniciativa integral en la que además de brindar el financiamiento de la carrera al 100

%, ofrece un programa de acompañamiento y desarrollo de talento, que incluye acompañamiento psicológico, talleres de habilidades blandas, programa de Mentoring Laboral, entre otros, para que los becarios se adapten, sigan desarrollando su talento y puedan estudiar en óptimas condiciones tanto personales como profesionales. Asimismo, los acerca a una red de prestigiosas empresas con la finalidad de impulsar su desarrollo profesional. “En el BCP estamos convencidos de que la educación es el vehículo para

lograr el desarrollo sostenible del país, pues permite que los jóvenes transformen su futuro, ya que acceden a puestos de trabajo más competitivos, con un salario adecuado, y esto impacta positivamente en su familia y en nuestro país. Según el MINEDU, en el 2021, solo 3 de cada 10 jóvenes accedió a educación superior luego de terminar el colegio, en el BCP creemos firmemente que el factor económico no debería ser impedimento para que un joven talentoso acceda a educación superior de calidad. Invito a



todos los jóvenes a postular a Becas BCP”, acotó Verónica Roca - Rey, gerente de Reputación y Responsabilidad Social del BCP.

Los postulantes a Becas BCP podrán acceder a estudiar las carreras más demandadas del mercado y las carreras del futuro en una de las instituciones aliadas a la iniciativa con las que cofinancian las becas, como la Universidad de Lima (UL), la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), la Universidad de Piura (UDEP) en sus sedes de Lima y Piura, la Universidad del Pacífico (UP), la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) en el caso de carreras universitarias. En cuanto a carreras técnicas, accederían a estudiar en Cibertec, Tecsup, Certus o Toulouse Lautrec en las sedes de Lima, Chiclayo, Trujillo y Arequipa, según corresponda.

### Conoce los requisitos generales para Becas Universitarias

- Nacionalidad o residencia permanente peruana.
- Presentar necesidad económica.
- Haber terminado el colegio en los años 2021, 2022 y 2023.
- Cursar o haber cursado 3ro, 4to y 5to de secundaria en un colegio público o privado en el Perú.
- Poseer excelencia académica de tercio superior o rendimiento destacado comprobable en 3ro, 4to y 5to de secundaria.
- Haber ingresado bajo una modalidad aprobada, a una de las universidades aliadas y a una de las carreras financiadas por el programa Becas BCP.
- Estar iniciando la carrera universitaria por primera vez.
- No contar con antecedentes policiales o penales (mayores de edad).

### Conoce los requisitos generales para Becas Técnicas

- Nacionalidad peruana o residencia permanente.

## Creemos firmemente que el factor económico no debería ser impedimento para que un joven talentoso acceda a educación superior de calidad.



- Presentar necesidad económica.
- Haber concluido estudios de educación básica regular en un colegio público o privado en el Perú.
- Haber terminado el colegio entre el 2017 y el 2023.
- Participar y lograr el ingreso a través del examen de conocimientos, a uno de los institutos aliados y a una de las carreras financiadas por el programa Becas BCP.
- No tener antecedentes policiales o penales (mayores de edad).
- Elegir la sede del instituto que se encuentre en su lugar de residencia (obligatorio).

### El proceso de postulación al programa Becas BCP consta de tres fases:

1. Revisión y verificación de cumplimiento de requisitos: los postulantes deben haber aprobado el proceso de admisión de una universidad e instituto aliado por la modalidad permitida por el programa, a una de las carreras financiadas por la iniciativa. Pueden revisar la lista

de carreras en las bases del programa en [www.becasbcp.com](http://www.becasbcp.com) y completar esta fase hasta el 7 de enero de 2024. Los postulantes que no hayan completado todo lo solicitado en la plataforma hasta la fecha indicada no podrán pasar a las siguientes fases.

2. Evaluación psicométrica: Los postulantes que cumplan con los requisitos indicados en las bases serán invitados a tomar una prueba psicométrica.
3. Entrevista personal: los postulantes que hayan superado con éxito la prueba psicométrica serán invitados a realizar una entrevista para conocerlos más.

A la fecha, el BCP ha entregado más de 1 000 becas universitarias y técnicas a nivel nacional. Además, el 42 % de los becarios del programa que se encuentran estudiando son de provincia. Por último, cuenta con más de 300 egresados universitarios y técnicos; y cerca del 90 % se encuentra trabajando en empresas reconocidas..

## EDUCA COLLEGE PREP: PREPARACIÓN ANTICIPADA ES CLAVE EN LA POSTULACIÓN A UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

La anticipación en la preparación para los procesos de postulación a universidades se ha vuelto un factor relevante para aumentar la probabilidad de ser admitidos, según Educa, líder en guiar a estudiantes latinos que desean estudiar en el extranjero. Aquí te explicamos por qué es importante y cómo puede beneficiarte.

En países como Estados Unidos, Europa y Canadá, las universidades de renombre suelen evaluar los últimos cuatro años de estudios para seleccionar a estudiantes que encajen con su perfil deseado. Por eso, es recomendable comenzar a prepararte desde los primeros años de secundaria, para apuntar a lo más alto. Sin embargo, muchos estudiantes empiezan a pensar en su solicitud universitaria durante el último año de secundaria, lo que puede presentar desafíos más difíciles de superar.

En América Latina, la educación difiere de sistemas como el estadounidense o europeo, donde los estudiantes pueden especializarse y elegir cursos relacionados con sus intereses en secundaria. No todos los colegios en nuestra región ofrecen programas reconocidos internacionalmente como el Bachillerato Internacional, que permite especialización en los últimos años de secundaria. Por eso, es crucial que los estudiantes busquen cursos y actividades que enriquezcan su perfil



académico y cumplan con requisitos universitarios, demostrando su deseo de superación. Esto incluye diseñar un currículum sólido, cursos adicionales y decidir qué exámenes internacionales rendir, preparándose estratégicamente.

Por otro lado, comenzar el proceso de postulación con suficiente anticipación proporciona a los estudiantes una visión clara de cómo alcanzar los objetivos para la admisión, permitiéndoles comprender en detalle los requisitos, universidades y carreras que mejor se ajustan a sus intereses y habilidades en un proceso de admisión cada vez más competitivo

y complejo. Esto también puede aumentar las oportunidades de obtener becas, ya que, en muchos casos, las convocatorias para becas se abren antes que los procesos regulares de postulación, por lo que planificar y adelantarse en estas solicitudes resulta esencial, considerando la cantidad de requisitos y trámites involucrados.

Educa es el compañero perfecto en este proceso, ya que se especializa en analizar y realzar el perfil del estudiante, preparándolos para ser candidatos atractivos para universidades extranjeras, y brindando orientación clara durante todo el proceso de postulación. Hasta ahora, más de 1,900 estudiantes han confiado en Educa para lograr su sueño de ingresar a universidades prestigiosas como Yale, Columbia, King's College, University of Toronto y University of Amsterdam, entre otras. Para obtener más información, puedes contactar a Educa a través de su página web [educacollegeprep.com](http://educacollegeprep.com).

**Educa es el compañero perfecto en este proceso, ya que se especializa en analizar y realzar el perfil del estudiante.**

# ESTUDIANTES DE UPN BRINDAN SERVICIOS COMUNITARIOS

Se estima que el 53 % de la población peruana no tiene acceso a servicios de salud (según el INEI) y una forma de contribuir a cerrar la brecha son los programas de servicio comunitario liderados por instituciones educativas como el Centro Preventorio de Salud de Puente Piedra, donde estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Privada del Norte brindaron más de 10 mil atenciones gratuitas.

En opinión de Mercedes Cáceres, gerente de Responsabilidad Social de UPN, los programas comunitarios de las universidades contribuyen no solo con acceso a salud. Por ejemplo, los estudiantes de Derecho y Ciencias Políticas brindan consultas legales a personas de escasos recursos y los de negocios ofrecen asesorías empresariales a emprendedores, generando un doble impacto positivo, porque apoyan a la comunidad, pero también fortalecen el aprendizaje de los jóvenes.

## Preventorio de Salud de Puente Piedra

En un esfuerzo por superar las barreras de acceso a los servicios de salud, la colaboración entre UPN y la Municipalidad de Puente Piedra ha dado lugar al Centro Preventorio de Salud. Más de 600 estudiantes de psicología, terapia física, nutrición, obstetricia y enfermería participan en esta obra que tiene un impacto positivo en la mejora de la calidad de vida de población vulnerable.

“En el preventorio de salud de la UPN he recibido terapia física y me voy muy aliviada del dolor”, afirma Yris Ricardina Patiño, una de las beneficiadas con las 10 mil atenciones ofrecidas por los estudiantes en el centro ubicado en Ensenada de Chillón. “La idea es que este espacio pueda seguir trabajando en prevenir la anemia, desnutrición infantil, enfermedades reumatorideas y otros males que, de no ser tratados, podrían



derivar en cuadros peores. El papel de los estudiantes es fundamental para ayudar a la comunidad, pero también para fortalecer su aprendizaje”, explica Mercedes Cáceres.

Agregó que las atenciones gratuitas se realizan de lunes a viernes de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. y los sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m.

## Consultorios de Negocios UPN

Más de 2 mil emprendedores y pequeñas empresas han sido favorecidos por los Consultorios de Negocios, un proyecto en colaboración entre UPN y la Municipalidad de Puente Piedra. El objetivo central es elevar la competitividad de estas compañías mediante asesorías especializadas en áreas fundamentales para el logro empresarial, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las empresas de Lima Norte tienen la oportunidad de acceder a talleres especializados en gestión empresarial y recibir asesorías personalizadas a medida de sus necesidades. Estas valiosas orientaciones son proporcionadas por estudiantes de UPN, quienes están capacitados para brindar apoyo sólido y adaptado a cada situación. El Dr. Augusto Cáceres, Decano de la Facultad de

Negocios de la universidad, subrayó que esta iniciativa refleja el compromiso de la universidad en transformar vidas y contribuir al progreso comunitario.

## Clínicas Legales de UPN

La Facultad de Derecho de UPN presenta la “Clínica Legal Virtual”, una plataforma en línea que proporciona asesoramiento legal gratuito a individuos de bajos recursos, abarcando temas como pensión alimentaria, sucesiones, inscripciones tardías y correcciones de registros. Más de 570 estudiantes de UPN, bajo la tutela de abogados especializados, están involucrados en este proyecto, ofreciendo asistencia a 835 personas en los últimos dos años.

Esta notable iniciativa no solo beneficia a aquellos en búsqueda de orientación legal, sino que también enriquece la formación de nuestros estudiantes al permitirles aplicar sus conocimientos teóricos en situaciones reales. Según Mercedes Cáceres, Gerente de Responsabilidad Social de UPN, al tratar casos concretos, los estudiantes tienen la oportunidad de experimentar el rol de orientadores legales, fortaleciendo así sus habilidades profesionales y contribuyendo al acceso a la justicia en la comunidad..

# CONSULTORIO FINANCIERO DE MIBANCO: RECOMENDACIONES PREVENTIVAS ANTE LA LLEGADA DEL FENÓMENO DE EL NIÑO

El Perú es uno de los países que es impactado regularmente con el fenómeno de El Niño, ocasionando un fuerte incremento de temperatura en las aguas y generando cambios climáticos como lluvias, inundaciones, huaicos y reducción de especies marinas. Estas variaciones naturales afectan de manera relevante y directamente a la costa norte y centro del país, y en menor medida la sierra norte y sierra centro-sur.

Si bien se espera que la intensidad de este fenómeno sea moderada, todavía no se sabe con certeza cuál será su real impacto en el país. Ante ello y para estar preparados ante su próxima llegada, el Consultorio Financiero Mibanco te brinda recomendaciones preventivas generales para estar preparados ante eventualidad de la naturaleza que afecten el hogar, negocio o el centro de labores.

- A. Diseña un plan de emergencia para tener acciones concretas que brinden seguridad a tu familia y compañeros de trabajo ante un desastre natural.
- Identifica: Realiza una lista de las personas que conforman tu hogar, negocio y trabajo. Ubica las zonas seguras y de riesgo (internas o externas) de cada lugar, así como las rutas de escape.
  - Elabora: Ten lista la mochila de emergencia con insumos de primera necesidad, considerando la cantidad de personas de tu entorno. Dispón de un monto de dinero de reserva ante la eventualidad.
  - Asigna: Cada integrante debe tener roles específicos para que tenga cla-



- ro lo que debe hacer ante un evento inesperado. Ejemplo: responsable de ayudar adultos, del botiquín e inclusive de las mascotas.
- Organiza: Lleva a cabo una reunión de entrenamiento en el hogar, trabajo o grupos vecinales para que estén preparados.
- B. Prevención comunitaria son medidas que se adoptan en comunidad para reducir los efectos de desastres naturales o situaciones de emergencia. Para ello, es importante:
- Organicen y participen en faenas comunitarias: Limpieza de canales de regadío u orden en las calles.
  - Identifiquen rutas de evacuación y apoyo: Puntos de reunión en caso de huaicos y aluviones. Tener a la mano el directorio de apoyo (bomberos, hospitales, municipales).
  - Identifiquen personas que puedan ayudar: Red de ollas comunes y per-

sonas que cuenten con movilidad.

- Presta atención a las señales naturales: Aumento de agua turbia, subida repentina del nivel o caudal de agua o fuertes ruidos acercándose, similar al que producen muchos camiones en carretera.
- Implementen un almacén comunitario: Con alimentos no perecibles como agua, conservas y útiles de higiene. También herramientas como palas, barretas y picos que servirán para responder y recuperarse.

Todas estas recomendaciones generales contribuirán a tener un plan de corto plazo y de esta manera reducir considerablemente el impacto que pueda ocasionar el desastre natural. La prevención no solo se trata de estar preparados, sino también el saber afrontar las situaciones y estar unidos como comunidad para salir adelante. Recordemos que juntos somos más fuertes. ●●

# TE ESPERAMOS EN PERUMIN 36

Regístrate aquí [www.perumin.com](http://www.perumin.com)



INVERSIÓN QUE GENERA BIENESTAR Y DESARROLLO SOSTENIBLE



Inscríbete escaneando el código QR

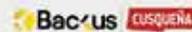
## AGRADECEMOS EL APOYO DE: SOCIO ESTRATÉGICO



### ORO



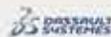
### PLATA



### COBRE



### COLABORADORES



### AGRADECIMIENTO



### INSTITUCIONES ALIADAS



### MEDIOS COLABORADORES

PUBLICACIÓN OFICIAL

INTERNACIONAL



LOCAL



**RECIBIMOS EL DISTINTIVO  
EMPRESA CON  
GESTIÓN  
SOSTENIBLE**

**OTORGADO POR PERÚ SOSTENIBLE**



**En reconocimiento a nuestras iniciativas alineadas  
a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la mejora  
continua de nuestros procesos.**