

Stakeholders

Sostenibilidad



**PATRICIA
CORTEZ**

Gerente de Sostenibilidad y
Asuntos Corporativos en RIMAC Seguros

“El programa ‘YO ME CUIDO’
fomenta buenas prácticas
en cultura de prevención”

Yo me cuido

Una iniciativa de 

#SOSTENIBILIDADUPC



Somos parte del **Top 5**
de universidades con

**MEJOR GESTIÓN
SOSTENIBLE BAJO
ESTÁNDARES ESG***

merco - RESPONSABILIDAD ESG

*#2 en ranking Merco Responsabilidad
Social ESG 2022 sectorial.

WASC

Senior College and
University Commission

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas is accredited by the WASC Senior College and
University Commission (WSCUC), 965 Atlantic Avenue, Suite 100, Alameda, CA 94501, 510.748.9001.

UPC

exígete, innova

aporta

BRECA IMPACTO SOCIAL

Inspiramos nuevas realidades

Somos la plataforma de impacto social de Breca. Trabajamos, hace más de 12 años, diseñando y ejecutando proyectos de impacto social con las empresas de Breca y en sus zonas de influencia, para convertir desafíos en oportunidades de progreso y desarrollo sostenible.

Nuestros proyectos buscan ser replicables, medibles y de alto impacto; inspirando a otros actores públicos y privados a unirse en alianzas estratégicas para lograr cambios positivos y sostenibles en la sociedad.

+1.6 millones

de niños y niñas beneficiados a nivel nacional con las intervenciones del Proyecto Volar enfocado en DIT.

+46,000

colaboradores de Breca y sus respectivas familias censados, identificando potenciales soluciones en salud, educación, vivienda y economía, para nuestro proyecto Familias Saludables.

+5pp

de reducción de brechas de vulnerabilidad entre los colaboradores de las empresas de Breca y sus familias.

+17,000

especies marinas liberadas como parte del programa Cuidamar, de la mano de TASA, enfocado en el cuidado del ecosistema marino.

+ 34,000

personas impactadas con las intervenciones del Proyecto Arcoíris, de la mano de Qroma, cambiando hábitos y comportamientos a través de la pintura.

+150

estudiantes egresados del programa BREIT, en alianza con el MIT, fortaleciendo el ecosistema de Ciencia de Datos en el Perú.

Ejes de acción



Proyectos País

Trabajamos proyectos sociales con impacto escalable a nivel nacional con el respaldo de Breca.



Proyectos Breca

Buscamos impactar positivamente en el desarrollo y la calidad de vida de los colaboradores de Breca y sus familias. Somos el habilitador de la estrategia de sostenibilidad de Breca en el marco de su compromiso de Potenciar el Progreso a lo largo de la cadena de valor.



BREIT

Fortalecemos el ecosistema de ciencia de datos en el Perú a través de una alianza con el MIT que permite posicionarnos en el Top 2 de países con más estudiantes que han culminado el Micromaster en Ciencia de Datos del MIT IDSS.

Cómo trabajamos



Design Thinking y Economía Conductual

Centramos nuestras intervenciones en los usuarios entendiendo sus comportamientos. Ambos principios nos permiten diseñar estrategias más efectivas para lograr un impacto duradero.



Generación de Evidencias

Establecemos teorías de cambio e indicadores de medición, generando evidencia y resultados para cada uno de nuestros proyectos.



Uso y análisis responsable de data

Utilizamos la tecnología y la data de manera responsable para diseñar las mejores soluciones.

Nuestra web



Nuestra memoria 2022



Nuestros aliados



Aporta



www.aporta.org.pe



@aporta_peru



@aporta_peru

aporta
BRECA IMPACTO SOCIAL

EQUIPO

DIRECTOR Javier Arce Novoa
jarce@stakeholders.com.pe

JEFE DE CONTENIDO Mario Antúnez de Mayolo Soto

JEFE DE REDACCIÓN Renzo Rojas

GERENTE DE MARKETING EDITORA WEB Natalia Arce Nájjar

REDACTORAS Denisse Torrico
Milagros Bracamonte

CONSEJO CONSULTIVO Ana Zucchetti
Augusto Baertl
Baltazar Caravedo
Felipe Portocarrero
Manuel Pulgar-Vidal
Hans Rothgiesser

GERENTE COMERCIAL Luis Arce Novoa

GERENTE DE PUBLICIDAD Verónica Atauyucu Luna

ANALISTA DE COMUNICACIONES Marilia Vargas Carrasco

ANALISTA DE NUEVOS CONTENIDOS Nicolás Nadramia

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

Ser sostenibles es un enorme desafío que no solo se relaciona con la supervivencia de nuestro planeta, sino también a la permanencia y el consecuente éxito de los negocios y organizaciones. Afortunadamente, desde el sector privado se es más consciente de esta máxima, y en el 2023 han demostrado sus esfuerzos por alinearse a lo que el mismo mercado global exige ahora, y a las expectativas de consumidores cada vez más comprometidos con el desarrollo sostenible.

En el presente número de *Stakeholders*, bajo la edición denominada Gestión Sostenible, hacemos un repaso de algunos aspectos que para las organizaciones fueron y serán fundamentales en este 2024. Cuestiones como el reporting de información no financiera o la incorporación de la economía circular vemos como retos para el año venidero. De igual manera, la tecnología nos ha demostrado que avanza a pasos agigantados, y la inteligencia artificial nos invita a (re) pensarla como un baluarte para la sostenibilidad de las empresas.

Desde el sector privado, en la presente Entrevista Central, RIMAC Seguros hace un recuento de uno de sus programas emblemáticos (“Yo me cuido”) y su contribución en la cultura de prevención a la sociedad. Nos acompañan también Cabi-fy, ISA REP, Caja Arequipa, entre otras compañías que comparten su compromiso con una gestión sostenible. Destacamos, además, a la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) y su labor frente al fenómeno El Niño mediante su programa “Colegio Seguro”.

Finaliza el 2023, y el agradecimiento es para cada uno de los articulistas, entrevistados, compañías e instituciones que han hecho posible esta edición. Sigamos unidos y comprometidos en este camino hacia la sostenibilidad. ¡Feliz Navidad y próspero Año Nuevo!

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

Financiamiento de Lima Airport Partners recibe **4 PREMIOS INTERNACIONALES**



El financiamiento de US\$ 1,250 millones obtenido por LAP para la expansión del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, fue reconocido con **4 premios internacionales** en los Latin Finance Awards 2023 y en los Bonds, Loans and ESG Capital Markets Awards 2023. Con estos recursos **LAP continua** con la ejecución de esta importante **obra de infraestructura**, que generará muchas fuentes de trabajo y oportunidades de desarrollo para el país.



Latin Finance Awards

Infrastructure Financing of the
Year Latin America
Airport Financing of the Year



BONDS, LOANS & ESG CAPITAL MARKETS LATIN AMERICA & CARIBBEAN

Project Finance Deal
of the Year
Project Sponsor of the Year



PREMIO NOBEL DE ECONOMÍA



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

El Premio Nobel de Economía 2023 envía un mensaje potente, obliga a volver a tomar conciencia sobre la situación de la mujer en nuestro tiempo. Fue otorgado por la Academia a Claudia Goldin. Es la tercera mujer que recibe este premio. Han sido distinguidos con ella 91 hombres. Así que el mismo premio habla de por sí del relegamiento de las mujeres. Le fue concedido por su excepcional obra y sus muy importantes contribuciones a la investigación y análisis de la condición de la mujer en Estados Unidos. Como lo señala otro Premio Nobel de Economía, Paul Krugman, "nada más justo que elegir a Goldin para esta distinción". Nacida en 1946, fue también la primera mujer en ser designada profesora vitalicia en Harvard. Muestra en sus trabajos cómo la mujer fue sistemáticamente objeto de discriminación múltiple en los mercados del trabajo durante el último siglo. La fuerza de trabajo femenina significó hasta los setenta un porcentaje mucho menor a la masculina. Sus puestos eran de línea subpagados y se la postergaba sistemáticamente en las promociones. Era como si hubiera nacido con inferioridades congénitas, a pesar de su escolaridad cada vez más destacada y su ascenso veloz en estudios universitarios.

Goldin enfatiza que muchas mujeres se consideraban a sí mismas como destinadas a trabajos menores. Esos mitos fueron quebrándose. La mujer ingresó masivamente en la mano de obra. Fue peleando arduamente por sus derechos laborales y mostrando calidades del más alto nivel. Goldin verifica en sus estudios que las diferencias estaban basadas en otros elementos distintos que su formación y capacidades. Entre ellos, explica, está la maternidad y su condición de hallarse a cargo de la economía del cuidado.

Los jefes dicen que prefieren a los empleados que están siempre presentes en la oficina. Las mujeres deben pedir licencia pre y post parto. Muchas empresas en numerosos países las descartan por eso, o les ponen fuertes trabas. Además, menciona que algunas sociedades en cambio apoyan y respaldan a las mujeres para que puedan dar a luz en buenas condiciones y puedan preservar sus trabajos. Así algunos países, como los nórdicos, otorgan licencias totalmente pagas de más de un año de duración para madres, y licencias muy extendidas y mandatorias para sus maridos, para que puedan compartir con ellas las responsabilidades familiares. Es el caso también de Estados benefactores con prolongadas licencias por parto, como por ejemplo Francia, Inglaterra, Alemania, España y Canadá.

Las discriminaciones continúan

Con progresos importantes como ilustran los estudios de Goldin y otros, aún falta muchísimo. El Foro de Davos, en su informe anual sobre la mujer, resalta que, al lentísimo ritmo actual, ganará lo mismo a igual trabajo que los hombres dentro de 250 años. Además, diversos estudios muestran que siguen siendo una minoría en la alta gerencia, aún en los países más desarrollados. En la pandemia muchas más mujeres que hombres perdieron sus puestos de trabajo. Las ultraderechas que hoy están tomando poder apoyadas por feroces demagogias y llamados al racismo, al odio al inmigrante, y al antisemitismo, practican el desprecio, el machismo, y la violencia contra la mujer. Así, entre otras, en la dictadura de los ayatolas en Irán se ha reprimido salvajemente a las protestas femeninas masivas contra los asesinatos de jóvenes por la llamada policía de la moralidad por descuidos ínfimos en las normas sobre su velo. En Afganistán los talibanes prohíben a las mujeres estudiar.

El Nobel a Goldin es un vibrante llamado a parar cuanto antes las intolerables discriminaciones multifacéticas que llevan finalmente a la subutilización de las cuantiosas capacidades de las mujeres. ..



¿EN DÓNDE ESTÁ LA RAYA?



HANS ROTHGIESSER
Miembro del Consejo Consultivo Stakeholders

■ Hace unos días en una conversación con el joven político noruego Hans Fredrik del partido Unge Venstre nos preguntamos en dónde está la raya. Esto en el sentido de que cada vez que se plantea un avance en el reconocimiento de los derechos de alguna minoría, siempre hay conservadores que observan esto con preocupación y, si bien no necesariamente están en contra de ese reconocimiento en especial, se preguntan hasta dónde se piensa avanzar en esa agenda y en dónde está la raya. Esa raya detrás de la cual ya se fue demasiado lejos. Ahora bien, no está mal que se discuta en dónde está esa raya.

Es una pregunta justa por parte de grupos de interés que han avanzado en la definición de sus propios derechos previamente. Ellos están en la total libertad de cuestionar si su situación va a ser comprometida por el avance de otros grupos. Lo que está mal es que nos cerremos a la discusión. No obstante, tiene que ser una discusión seria y madura. No una imposición de condiciones, porque se tiene el poder político para hacerlo. Esa es una lección que en el Perú parecemos no querer entender.

Cuestionar hasta dónde se puede llegar no es oponerse al reconocimiento de nuevos derechos. No es atacar a una minoría. No es odiar a los que son diferentes. Tan solo es hacerse una pregunta seria y pertinente. Una pregunta que debemos explorar para que aquellos que naturalmente se podrían oponer al reconocimiento de esos nuevos derechos entiendan la necesidad de reconocerlos. En una democracia como aquella en la que queremos vivir, es un derecho de todos nosotros hacernos esa pregunta justamente.

El ejemplo que mencionó Hans Fredrik fue el voto de las mujeres. Si uno revisa la literatura notará que el derecho a votar

de las mujeres fue visto como un ultraje para muchos líderes de opinión en su momento. Hoy en día entendemos que era un avance necesario y justo. Nadie serio va a discutir hoy en día que las mujeres tienen derecho a votar tanto como los hombres. En ese entonces hubo la preocupación de que, si las mujeres podían votar, ¿qué sería lo siguiente? Y esa discusión la podíamos tener, no hay problema con eso. Así es como se empujan los cambios sociales. Debatiendo. No es suficiente cambiar leyes.

Y es que, si bien es cierto que los liberales en América Latina tenemos una deuda pendiente con las minorías con respecto al apoyo a su lucha por el reconocimiento de sus derechos, esto no se puede imponer de un plumazo, como lo pretendió hacer la alcaldesa Susana Villarán, obligando a todos los establecimientos comerciales a poner un anuncio que avisaba que en ese local estaba prohibido discriminar y que había una multa asociada. ¿Qué pasa si quieres discriminar? Por ejemplo, si quiero atender primero a la señora que está con seis meses de embarazo. No, no puedo. Está prohibido, decía la alcaldesa. Recuerden, esta ordenanza era contra todo tipo de discriminación. Todo tipo.

No estoy a favor de que se discrimine, por supuesto, estoy en contra de que se obligue. Yo quiero que se discuta, que conversemos, que convenzamos. En el mundo esta lucha lleva años y hay algunas prácticas que sabemos que sirven para avanzar y otras que, por el contrario, terminarán generando más resistencia. Obligar a no discriminar no es buena estrategia, porque apenas cambie el péndulo del poder político, se levantará la imposición. Pero si convences y explicas y presentas y conversas, el cambio es para siempre. ¿Y no es eso acaso lo que necesitamos urgentemente para salir de esta crisis política? ¿Conversar más, entendernos mejor, acercarnos todos? Demos el ejemplo con un tema en el que todos nosotros tenemos una deuda pendiente. ..



CONTINUÁN LOS RETOS...



MARÍA HINOSTROZA
PhD Candidato en Sostenibilidad Ambiental en
la Universidad de Ottawa. Jefe de Innovación de
Asociación Unacem

El sector privado peruano ha demostrado un notable compromiso en el año 2023 para contribuir a la sostenibilidad del país. Diversos sectores se han destacado por sus esfuerzos e importantes iniciativas para mejorar las condiciones de vida actuales en comunidades y grupos vulnerables. En este sentido, los problemas económicos y sociales han sido prioridades en un entorno de constante inestabilidad. A pesar de estos significativos esfuerzos, el avance hacia un desarrollo sostenible del país requiere la consolidación de un marco institucional que permita renovar la confianza y genere seguridad en el sistema peruano. Es esencial contar con un marco institucional sólido que brinde tanto las capacidades como los recursos necesarios a las prioridades del país, evitando así mayores conflictos de diversas índoles como sociales, económicos o ambientales que podrían agudizarse a pesar de los avances ya logrados.

No obstante, la contribución sustancial del sector privado, se prevé que el año 2023 cierre con un crecimiento económico nulo o incluso negativo. Esto se debe a diversos desafíos incluyendo eventos climáticos que han afectado negativamente en la actividad productiva y la economía del país. Es esencial reconocer que el progreso del país se ha visto afectado no solo por la conflictividad social, sino también por fenómenos climatológicos adversos como el ciclón Yaku y el fenómeno de El Niño. Por ello, no debemos olvidar las urgentes prioridades ambientales en un país que cuenta con abundantes riquezas naturales y es altamente susceptible a los efectos del cambio climático.

Es imperativo mantenernos firmes en nuestro compromiso por preservar nuestro capital natural, fundamental en nuestros procesos de desarrollo. Sectores clave de nuestra economía, como la industria pesquera o agrícola, dependen directamente de la riqueza de nuestros ecosistemas. Los desafíos del cambio climático afectan a toda la sociedad, lo que demanda la participación activa de las autoridades gubernamentales y la colaboración con otros actores clave, especialmente el sector privado. Acciones corporativas para la medición y reducción de emisiones de gases del efecto invernadero, así como iniciativas de eonegocios y economía circular han permitido contribuir a mejorar nuestra capacidad adaptativa, entendiendo los riesgos y oportunidades, frente a los efectos del cambio climático. Esto demuestra que estamos en la dirección correcta. Sin embargo, sin desmerecer nuestros esfuerzos, debemos reconocer que los logros alcanzados no son suficientes para garantizar el sostenimiento de los recursos de nuestro país para las futuras generaciones en el ritmo actual. Por ende, como sector privado, debemos respaldar el fortalecimiento de instituciones que implementen un marco regulatorio eficaz y justo, que permita la coexistencia de esfuerzos conjuntos entre sectores clave del país.

Además, como parte de nuestras responsabilidades, busquemos promover y facilitar el acceso a nuevas tecnologías limpias y menor uso de recursos contaminantes. El sector privado enfrenta el desafío de contribuir de manera aún más activa al futuro del país y a la consolidación de las inversiones, reconociendo la necesidad de abordar de manera proactiva los riesgos climáticos en su propia estrategia corporativa..



Primera consultora en tecnología del Perú*



INGRESA AQUÍ

○ PERÚ INNOVA O SE EVAPORA



IVÁN DE LA VEGA
Director del Centro de Innovación y
Sostenibilidad de Centrum PUCP

■ *Innovate or Evaporate* es el título de un libro publicado en la década de los años noventa del siglo pasado, en el que James Higgins utilizó esta expresión para plantear que la única estrategia que es realmente sostenible en el tiempo para una organización es promover la innovación.

Planteamientos similares a este ya lo habían hecho otros pensadores como Druker o Porter, pero este término es verdaderamente contrastante y, por lo tanto, lo utilizamos para responder a la siguiente pregunta: ¿qué se necesita para que Perú se incorpore a un proceso de desarrollo sostenible real? La premisa que sirve de fundamento para responder a esa interrogante se basa en que partimos del hecho de que Perú es un país rico en recursos naturales renovables y no renovables. Eso se ratifica al valorar la biodiversidad de su territorio que se puede dividir en glaciares, ríos, lagos y mar; también en bosques y selvas que contienen flora y fauna abundante; además cuenta con minerales diversos que incluyen petróleo, gas, carbón y uranio, entre otros.

Esto indica que las áreas estratégicas del Perú se concentran fundamentalmente en la minería, la agricultura y la pesca y la división territorial converge en tres grandes regiones que las podríamos denominar como polos de modernización para crear y/o potenciar ecosistemas de innovación orientados a la búsqueda de ese deseado desarrollo sostenible.

Cuando hablamos de algo tan amplio como lo es marcar la ruta que debe seguir un país hacia lo que se considera como el desarrollo sostenible, término ambiguo que guarda múltiples visiones, es complicado dar una única respuesta o recetas, dado que el mundo no funciona así.

Por lo tanto, lo definimos, como lo señala el Informe Brundtland, indicando que este se entiende como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”. Lo que sí se puede hacer, es plantear una serie de determinantes que contribuyen a dar pasos en la dirección adecuada. A nivel macro se puede evaluar el proceso en el cual Perú está disminuyendo las brechas respecto de cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A nivel meso, se puede pensar en evolucionar como sociedad hacia la implementación de una cultura de la innovación y la vía es a través de la educación. En este mismo nivel se podría generar un proceso de búsqueda de victorias tempranas que sirvan como efectos multiplicadores para activar más a las personas en este tipo de iniciativas innovadoras.

A nivel micro, se podría pensar en diseñar estrategias de desarrollo para las tres áreas estratégicas mencionadas (minería, agricultura y pesca), con el fin de generar más capacidades, pero con una diversificación en la cadena de valor para aprovechar los recursos y ejecutar proyectos basados en agendas de innovación que incluyan a los *stakeholders* en la toma de decisiones. Finalmente, este es un tema de alta complejidad y la discusión está abierta. El centro de gravedad es Perú y, por lo tanto, el camino a seguir es fomentar una cultura que promueva cada vez más actos de innovación, dado que si esto no sucede así Perú corre el riesgo de evaporarse, es decir, de no lograr un desarrollo sostenible. ..



LOS CINCO RETOS DE LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN EL 2024



P.H.D. CARMELO SANTILLÁN RAMOS
Director General de CSR Consulting-Asesoría de Sustentabilidad y Economía Circular *

El año 2024 se perfila como un período lleno de desafíos y oportunidades para el mundo empresarial. La economía global se recupera, pero la sombra de las altas tasas de inflación y la constante evolución tecnológica, como la inteligencia artificial, demandan la atención de todos. Igualmente, en el ámbito de la sostenibilidad empresarial, el sector privado se enfrenta a retos significativos. Te presento los cinco principales desafíos de sostenibilidad que marcarán el 2024:

1. La sostenibilidad en una economía con alta inflación

Las altas tasas de inflación han orillado a las empresas a tener que priorizar su gasto en temas de mayor impacto, haciendo que los proyectos en sostenibilidad compitan ferozmente por recursos para su financiamiento. A pesar de no poder controlar el desenlace de esta situación, si podemos decidir cómo abordarla, aprovechando para impulsar la innovación en sostenibilidad, recordemos que la sostenibilidad es una inversión segura a mediano y largo plazo.

2. Mayor regulación ambiental

Cada año existen mayores regulaciones ambientales, como nuevos impuestos, mercados de carbono, reportes de sostenibilidad y gestión de la cadena de suministro. Puede ser que tu empresa aún no se haya visto afectada por esto, aun así, es recomendable no ignorar esta tendencia, pues puede ser que en los próximos años, incluso en el mismo 2024, tengas que cumplir con nuevas regulaciones. Evita abordar el tema de sostenibilidad hasta que el Go-

bierno lo haga obligatorio, en este caso suelen aumentar los precios y los retos se vuelven mayores con el tiempo encima.

3. Aprovechar la inteligencia artificial para la sostenibilidad

Toda tu empresa se puede beneficiar del uso adecuado de la inteligencia artificial, incluido el área de sostenibilidad. El reto se encuentra en poderla aprovechar para obtener los mejores resultados, por lo que hará falta de capacitación y de profesionistas especializados. Con estos avances de las tecnologías de la información, han salido al mercado nuevos softwares especializados para una gestión sostenible en temas de ESG.

4. Un mercado cada vez más exigente

Los usuarios y clientes buscan productos con menor impacto ambiental y social, cambiando sus hábitos de consumo a aquellos productos y servicios que se ajustan a sus exigencias. Esto es una excelente oportunidad para las pequeñas y medianas empresas para distinguirse de las grandes corporaciones, igualmente se presenta la oportunidad de impulsar la innovación desde las grandes empresas.

5. El marketing verde y el greenwashing

Lamentablemente, nos encontramos inundados por decenas de publicidades engañosas con respecto a la sostenibilidad (greenwashing), haciendo que las empresas que realmente incorporaron la sostenibilidad dentro de su negocio se vean opacadas.

Es momento de diferenciarse no solamente en la estrategia de sostenibilidad, sino en la estrategia de marketing. Te recomiendo investigar y aplicar a certificados y reconocimientos en sostenibilidad que sean aplicables para tu empresa, te recuerdo que incluso hay algunos que son gratuitos, dándote la oportunidad de distinguirse y captar más clientes sin necesidad de una alta inversión.

La sostenibilidad es uno de los aspectos más retadores y con mayor crecimiento a nivel mundial, sin embargo, es una oportunidad única para impulsar tu negocio a nuevos mercados, a la innovación y mejores resultados financieros..

*Implementación de estrategias en ESG, respuesta a cuestionarios como EcoVadis, Economía Circular, Carbono Neutro, entre otros servicios. Fundada en 2018 en Monterrey, México, ha realizado más de 150 proyectos en diversos países.

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS, CIMIENTOS IRRENUNCIABLES PARA LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

En la búsqueda de la sostenibilidad empresarial, la transparencia y la rendición de cuentas se posicionan como pilares clave para el éxito a largo plazo.

En Perú, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2 están marcando un cambio significativo, exigiendo a las empresas revelar riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad y el cambio climático.

POR DENISSE TORRICO
dtorrico@stakeholders.com.pe

En un mundo cada vez más consciente de los desafíos ambientales y sociales, las empresas se encuentran en la encrucijada de adoptar prácticas sostenibles no solo como una responsabilidad moral, sino también como una estrategia para asegurar su viabilidad a largo plazo en el mercado de capitales. En este contexto, la transparencia y la rendición de cuentas emergen como pilares fundamentales que las empresas deben fortalecer de cara al año 2024.

De acuerdo con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, “la transparencia es el fundamento de la sostenibilidad empresarial” y “la sostenibilidad no se puede lograr sin la transparencia y la rendición de cuentas”.

En ese sentido, los informes y la divulgación de sostenibilidad poseen un potencial significativo para generar un impacto positivo tanto en los inversores como en las empresas, repercutiendo de manera beneficiosa en la sociedad en su conjunto.

La finalidad de estos informes es documentar la conexión entre una empresa y la sostenibilidad, abordando la creciente relevancia que los inversores atribuyen a los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés) al tomar decisiones de inversión.

Si bien estos factores ESG surgieron hace décadas, su importancia en el mundo de los negocios ha aumentado



Ronald Villalobos
Socio de Auditoría de KPMG en Perú



Hernán Lanzas
Presidente de la Comisión de Integridad y Lucha contra la Corrupción de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)

de forma exponencial en los últimos años y, por ello, la emisión de las normas NIIF S1 y S2 en materia de reporte financiero son también esenciales.

Es preciso destacar que las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2 requieren revelaciones

sobre los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad que podrían afectar el desempeño financiero de las empresas, así como acerca de los riesgos físicos y de transición relacionados al clima, respectivamente.

Hacia una gestión sostenible transparente

La transparencia en la gestión sostenible no es simplemente una opción; es un requisito esencial para ganar la confianza de los inversionistas y de la sociedad en su conjunto. Para Ronald Villalobos, socio de Auditoría de KPMG en Perú, las empresas enfrentan importantes desafíos para la implementación de las NIIF S1 y S2, aspectos en los que también pueden identificarse y obtenerse beneficios al ser sostenibles y revelar información confiable y transparente con estas normas de sostenibilidad.

Al abrir las puertas a una comunicación franca y abierta, las empresas fomentan la confianza tanto interna como externamente. La transparencia no solo fortalece la lealtad de los empleados, sino que también atrae a inversores y clientes informados, quienes valoran la honestidad y la integridad. Además, proporciona una visión clara de las prácticas empresariales y los impactos sociales y ambientales.

Pero ¿qué se necesita? Villalobos explica que la elaboración de los informes de sostenibilidad y las revelaciones de las NIIF S1 y S2 requerirá la creación



de un equipo multidisciplinario, muy probablemente liderado por el CEO, con representantes de diversas áreas financieras y operacionales de la empresa. Añade que garantizar la calidad de los datos es clave, ya que los datos no financieros para estos reportes no han sido necesariamente sometidos al sistema de control interno de las empresas, auditados internamente o por un tercero.

“Sin ser una lista exhaustiva, es fundamental lograr el compromiso de los accionistas y del directorio para crear una cultura y tener un propósito hacia la sostenibilidad, que formen parte de sus agendas para monitorear frecuentemente los asuntos de sostenibilidad y clima”, sostiene.

Con miras al 2024, las empresas deben considerar cuidadosamente cómo divulgan su desempeño ambiental, social y de gobierno. Esto implica no solo proporcionar datos cuantificables, sino también contextualizarlos para que los *stakeholders* puedan comprender el impacto real de las prácticas sostenibles implementadas.

Más allá de los informes de sostenibilidad

Si bien los informes de sostenibilidad son una herramienta valiosa, las empresas deben ir más allá al abordar los desafíos relacionados con algún tema en específico. Esto implica no solo divulgar información después de que ocurren los eventos; sino también integrar la sostenibilidad en el corazón de la toma de decisiones corporativas.

Villalobos señala que las compañías deben involucrar a los grupos de interés o partes interesadas para identificar y confirmar los aspectos de sostenibilidad y ESG, de sus propias actividades, que más les impactan o viceversa.

“En función de esto, las empresas revelarán los asuntos ESG de mayor relevancia y que generan mayor valor para la empresa y a los grupos de interés, incluyendo a los inversionistas”, comenta.

Panorama peruano

En el contexto peruano, la transparencia corporativa emerge como un componente esencial para el crecimiento económico sostenible y la confianza en las instituciones. A medida que las empresas peruanas reconocen la importancia de la apertura y la honestidad en sus operaciones, se fortalece la relación con los *stakeholders*. No obstante, este camino aún es largo.

De acuerdo con Hernán Lanzara, presidente de la Comisión de Integridad y Lucha contra la Corrupción de la CCL, “no puede haber empresas exitosas en un país que no es exitoso”. Por ello se requiere de un trabajo integral, no solo privado sino también público, con distintas políticas públicas y dos ejes transversales. Uno de ellos es el de integridad y el segundo es el de propiciar la transformación digital, “el cual en todo caso va a contribuir a la transparencia en distintos espacios”.

La colaboración entre el Gobierno, las empresas y la sociedad civil es esencial para construir un entorno empresarial

óptimo en Perú, donde la transparencia sea un valor fundamental. La creación de incentivos y reconocimientos para aquellas empresas que adopten prácticas transparentes también puede estimular un cambio positivo en la cultura empresarial del país.

“Nuestro enfoque es de prevención, tratando de incorporar en las empresas herramientas que ayuden a prevenir los ilícitos y la corrupción”, expresa. Agrega que se requiere un compromiso activo por parte de las empresas para adoptar estándares internacionales de transparencia y divulgar de manera proactiva sus políticas y prácticas. Esto implica la implementación de auditorías transparentes y la publicación de informes detallados sobre el impacto social y ambiental de sus operaciones.

Para Lanzara se debe fomentar la educación y concienciación tanto en el sector empresarial como en la sociedad en general sobre los beneficios de la transparencia y la importancia de la ética empresarial.

“Desde la Cámara apostamos, en las micro y medianas empresas, por una cultura de integridad a través de la adopción de modelos de prevención llamados sistemas de cumplimiento o *compliance*, pero también en el campo de los jóvenes profesionales hemos desarrollado un semillero para futuros servidores públicos”, indica.

Para el 2024, la transparencia y la rendición de cuentas se consolidan como factores determinantes para el éxito de las empresas comprometidas con la sostenibilidad. Más allá de ser un requisito regulatorio, la transparencia se convierte en un poderoso imán para inversionistas y consumidores preocupados por el impacto social y ambiental de sus decisiones financieras. Las empresas que adopten una narrativa transparente y proactiva en sostenibilidad estarán mejor posicionadas para afrontar los desafíos del mercado y liderar la transición hacia un futuro más sostenible..

ENTENDIENDO LAS NIIF S1 & S2: UN NUEVO MARCO PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS



ASTRID CORNEJO
Gerente general de AC Sostenibilidad

Es evidente la inquietud de la sociedad en el marco de la sostenibilidad, bajo esta línea, paulatinamente, las empresas han adecuado sus acciones a un marco estratégico alineado a la gestión de buen gobierno, social y ambiental (ESG, por sus siglas en inglés). Este enfoque ha captado el interés de los inversionistas, dando como resultado un aumento de la demanda de información transparente, completa y verificable sobre la gestión ESG de las empresas.

En respuesta a esta demanda, el Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB, por sus siglas en inglés) publicó oficialmente, el 26 de junio de 2023, dos normas de divulgación de información que representan un hito importante en la era de la información, ya que, asocian la sostenibilidad con los mercados capitales: NIIF S1, que establece requisitos generales para divulgar información sobre sostenibilidad, y NIIF S2, centrada en divulgar información sobre el clima.

Ambas normas tienen múltiples ventajas, las cuales se engloban en dos razones esenciales: primero, promueven la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente mediante un marco integral; segundo, favorece la comprensión de la información presentada por el área financiera, ya que deben presentarse en un lenguaje estructurado.

Por otro lado, la estructura de la NIIF S1 y S2 se basa en cuatro pilares: gobernanza, estrategia, gestión de riesgo, métricas y objetivos, los cuales permiten comprender cómo la empresa incorpora cuestiones estratégicas, gestiona los riesgos y presenta datos concretos. En esencia, esta estructura resalta la importancia de la materialidad en la divulgación de información, ya que omitir, tergiversar u ocultar temas de relevancia

para los grupos de interés puede afectar las decisiones de futuros inversionistas.

Esto se debe a que, cuando una empresa adopta una estrategia de sostenibilidad, crea una estrategia de valor que impacta en temas de inversión, financiamiento, adquisición, planeamiento, aspectos legales e, incluso, los procesos productivos. Por lo tanto, la educación interna es esencial para transmitir las acciones sostenibles a todos los grupos de interés y demostrar la necesidad de que la información sea transparente, a fin de cumplir con la estructura de divulgación de información financiera.

Si bien es cierto, inculcar una nueva cultura organizacional representa un desafío, al que se suma la recolección de información no financiera para preparar el reporte financiero. En consecuencia, las empresas tienen el reto de redefinir sus procesos y acciones de control, con el objetivo de brindar a futuros inversores un documento con datos fidedignos y sin errores materiales.

Las NIIF S1 y S2 permiten que las empresas apliquen procesos coherentes en el tiempo y con rigurosidad en todas las unidades de negocio. Además, favorecen el establecimiento de líneas de acción medibles, alcanzables, específicas y relevantes para abordar riesgos y oportunidades asociadas al desarrollo sostenible. A partir de las normas NIIF S1 y S2 es posible medir los avances organizacionales en materia de sostenibilidad y cambio climático dentro del negocio y a nivel del sector, lo cual genera confianza no solo en los inversionistas, sino también en los clientes y la comunidad, logrando un impacto positivo en la imagen y desarrollo de la empresa.

Gracias a este nuevo marco normativo, las empresas pueden demostrar su contribución al desarrollo sostenible, transparencia en la rendición de cuentas, brindar una visión más completa del negocio y, con base en la información presentada, identificar y gestionar los riesgos y oportunidades. Cabe destacar que estas acciones favorecen el acceso a fuentes de financiación al captar el interés de los inversores por el enfoque sostenible de la empresa, lo cual fortalece su reputación e imagen corporativa.

Las empresas que demuestren compromiso y honestidad son más atractivas para los inversores, quienes están cada vez más interesados en invertir en organizaciones que impacten positivamente en el medio ambiente y la sociedad. Por lo tanto, aquellas empresas que brindan información verificable sobre sus prácticas sostenibles generan confianza en el inversor y mejoran su reputación, lo que representa una ventaja competitiva. ..

TENDENCIAS EN SOSTENIBILIDAD 2024:

PROTAGONISMO DE LOS FACTORES ASG DE MERCADO



PABLO DEL ARCO FERNÁNDEZ
Director América Valora Consultores

Las compañías se encuentran en un escenario de fuertes presiones por parte de diferentes grupos de interés, sobre su gestión de la sostenibilidad, incluyendo la atención de los factores ASG (ambientales, sociales y de gobernanza). El principal avance en este punto ha sido la adopción por parte de las empresas más avanzadas de la doble vía de gestión y transparencia, por diferentes razones. De esta manera, a la atención de los impactos potenciales y reales, positivos y negativos, que sus actividades generan sobre el entorno (conjunto de los grupos de interés), han sumado la consideración de los riesgos y oportunidades financieras asociadas, empezando por la acción climática. Estos requerimientos han sido sobre todo movilizados por el mercado financiero, como requerimientos articulados en la forma de factores ASG.

Para 2024 se vislumbra la consolidación del avance de las compañías en este enfoque doble, así como algunas tendencias complementarias y relacionadas, que detallo a continuación.

- Mayor transparencia de la gestión de las empresas en sostenibilidad, de la mano de regulaciones; desde el liderazgo de Europa con la revisión de su Directiva de reporte, vienen emergiendo en América regulaciones sobre materialidad financiera y reporte de los riesgos y oportunidades relacionados con la SEC en *stand by* en USA, con un activo papel de los reguladores de países como Colombia y Chile. La adopción de las NIIF de sostenibilidad ya marca el horizonte de corto plazo e impul-

sará definitivamente las mismas.

- Intensificación del escrutinio de la información pública disponible, especialmente de los objetivos planteados para evitar prácticas de *washing*; la atención y cuestionamiento es especialmente fuerte respecto de los objetivos de reducción de emisiones y las estrategias de descarbonización, siendo necesario la adopción de metodologías de referencia como SBTi.
- Consolidación de la gobernanza climática, con la activa participación del nivel gerencial y el directorio, y la integración de la respuesta a los riesgos dentro de los planes corporativos. Destaca también cómo el marco de recomendaciones del *Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)* pasa a ser sustituido por la norma NIIF de sostenibilidad S2, ya de aplicación en calendario global a partir de 2025 sobre la información contable 2024 (pendientes los diferentes calendarios propios en los países).
- Atención de los riesgos relacionados con la naturaleza y las afectaciones a la biodiversidad, luego de la priorización de los climáticos, por la conexión intrínseca que tienen y cómo el agotamiento de los recursos puede afectar a la viabilidad de las compañías. Momento de aprovechar el marco de referencia que supone el *Task Force for Nature-related Financial Disclosures (TNFD)*, después de la publicación de su versión final en septiembre.
- Aprovechamiento de las oportunidades de fondeo, de la disponibilidad de recursos relacionados con la sostenibilidad. En un contexto de altas tasas de interés, la obtención de mejores condiciones en el fondeo es clave, así como la seguridad de su colocación (en el caso de las emisiones de deuda). América latina tiene además un enorme potencial para el desarrollo de las vías de crédito (vinculados a sostenibilidad, más allá de los créditos verdes) y del mercado de deuda, que ya es mayor proporcionalmente que a nivel global en cuanto a deuda etiquetada (25 % en América Latina respecto al 5 % global, sobre la emisión total de deuda, datos de Climate Bonds Initiative).

Para el abordaje de estas tendencias, será fundamental la implicación de la alta gerencia, coordinados a través de una gobernanza de la sostenibilidad que garantice el seguimiento de objetivos claros planteados, en relación a los temas materiales. Será clave también la participación de los directorios, con miembros preparados sobre las implicaciones de estos riesgos y oportunidades emergentes, que puedan participar de la toma de decisiones con perspectiva de medio y largo plazo para la compañía, desde una composición diversa que enriquezca la toma de decisiones. ..

SOSTENIBILIDAD, EL DESAFÍO CONSTANTE PARA LAS EMPRESAS AL 2024

Si una empresa busca desarrollarse en los próximos años, debe considerar aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en su estrategia. Pese a que en el Perú se han logrado hojas de ruta consistentes y sólidas en materia de sostenibilidad, todavía hay un largo camino por recorrer.

POR MILAGROS BRACAMONTE
mbracamonte@stakeholders.com.pe

En la actualidad, la agenda de sostenibilidad es clave para la competitividad empresarial. De acuerdo con un reciente informe realizado por el Pacto Mundial de Naciones Unidas en colaboración con el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, “el 79 % de las empresas asegura que existen ventajas competitivas en la Agenda 2030. Además, un 49 % afirma que la integración de la sostenibilidad y los ODS ha impactado de forma positiva en los resultados económicos”.

El informe resalta, asimismo, que “la sostenibilidad empresarial es clave para aprovechar las oportunidades y no quedarse atrás. En 2023, las empresas sostenibles son las semillas de un mundo más verde e inclusivo”.

“Implementar la sostenibilidad garantiza el desarrollo de la actividad de la empresa de forma sostenible. Además, permite atender las demandas del mercado internacional, y las nuevas normas que implican aspectos ambientales sociales y de gobernanza de forma consistente. Si una empresa busca desarrollarse en los próximos años, debe considerar aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en su estrategia, no solo por los riesgos que implica el cambio climático, si no por los riesgos que representa no trabajar esos aspectos”, explica Marina Yzú, gerente de Sostenibilidad, Comercio Exterior y Ferias de la Cámara de Comercio e Industria Peruano – Alemana (AHK Perú).



Marina Yzú
Gerente de Sostenibilidad, Comercio Exterior
y Ferias de la Cámara de Comercio e Industria
Peruano – Alemana (AHK Perú)



Julia Sobrevilla
Directora de Asuntos Corporativos y
Sostenibilidad del Grupo UNACEM

En este contexto, cabe resaltar que el Perú ya cuenta con una guía de publicidad ambiental que exige a las empresas el desarrollo de aspectos de sostenibilidad con sus actividades y también que lo comuniquen de forma correcta.

“Se habla mucho de sostenibilidad como algo a futuro, pero la sostenibilidad es

hoy. Es clave contar con esos modelos de gestión sostenible y las empresas están alineándose para implementar ese modelo de gestión dentro de sus operaciones. Contar con estrategias de sostenibilidad y tener una gestión sostenible es más que un beneficio, porque además de las normativas, hay exigencias por parte del consumidor. Es un pedido que los consumidores vienen desarrollando cada vez más, si una empresa es sostenible tendrá en los diversos mercados más oportunidades y nuevas formas para desarrollarse”, resalta Yzú.

Por su parte, Julia Sobrevilla, directora de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad del Grupo UNACEM, señala que “la sostenibilidad bien pensada guarda relación con la sostenibilidad de la empresa desde su gobernanza al centro y el impacto que tiene en sus entornos, tanto a nivel social como ambiental. Los recursos del planeta se están agotando, hay sequías, tormentas, temperaturas elevadas que generan múltiples efectos negativos. Este año hay estiaje, lo cual representa estrés hídrico en nuestras operaciones de energía, esto demuestra que proteger el ambiente es crucial para seguir operando”.

Evolución de la sostenibilidad corporativa

De acuerdo con la especialista de la AHK Perú, “las empresas primero han pasado por un proceso informativo, que consiste en conocer en qué consiste la sostenibilidad, cómo funciona, cuáles son las certificaciones que deben tener y cómo manejarla. Ese proceso informativo

constante por parte del mundo corporativo se viene llevando a cabo de la mano con la cooperación internacional, con instituciones, asociaciones y gremios que tienen ese rol informativo de traer mejores prácticas para apoyar al mundo corporativo a desarrollar la sostenibilidad de forma correcta y lograr avances”, precisa.

“Hemos tenido el lanzamiento de algunas hojas de ruta muy consistentes y sólidas en el Perú. Entre ellas tenemos la referente a la economía circular en el país y el desarrollo de la hoja de ruta de finanzas verdes. Todas estas bases permiten que los diferentes sectores industriales, operativos y de servicios en el Perú puedan contar con más proyectos más sostenibles “, agrega Marina Yzú.

Asimismo, Julia Sobrevilla señala que la sostenibilidad ya no es un elemento opcional porque las empresas han empezado a ver la necesidad de incorporar prácticas sostenibles dentro de sus operaciones y como parte integral de sus modelos de negocio. Además, menciona que existen incentivos en términos de acceso a finanzas de crédito o regulaciones, lo que las impulsa a integrar la sostenibilidad a sus estrategias de negocio.

“En el mundo corporativo, los temas vinculados a la sostenibilidad son actividades que se han introducido a la agenda corporativa, a la agenda empresarial,

no solo como una exigencia, sino como algo que está dentro de la pauta y que debe de ser considerado como estrategia general de la empresa”, enfatiza Julia Sobrevilla.

Perspectivas para el 2024

Para Marina Yzú, con miras al próximo año figuran desafíos que son constantes, como los relacionados a medición de emisiones, el poder ascender, compilar y medir para poder contar con KPIs e indicadores concretos de lo que se viene desarrollando. Ese es un desafío latente, ya que cada vez más cobra importancia el tema de reporte y monitoreo a fin de informar al consumidor lo que se viene haciendo.

En tanto, Julia Sobrevilla señala que es clave que las empresas identifiquen dónde está su mayor huella ambiental y en qué ODS impacta más la empresa a fin de manejar correctamente la estrategia de acción climática o de acción social.

“En el rubro de cemento es la reducción de emisiones de CO2 y desde UNACEM nos hemos comprometido a ser carbono neutral al 2050. En otras industrias hay prioridades respecto al cuidado del agua y a la implementación de economía circular. Uno de los mayores desafíos de las empresas es mirar a la sostenibilidad como una herramienta de negocio e integrarla a sus procesos. Todas las áreas

de una empresa deben estar involucradas y entender el propósito”, argumenta.

Espacios que permiten generar alianzas

Por otro lado, Marina Yzú resalta la importancia de los espacios que se vienen ofreciendo al mundo corporativo y a las empresas, los cuales permiten intercambiar desafíos de sostenibilidad que muchas veces son retos comunes del mundo corporativo. Menciona que trabajar en el ODS 17 (Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible) es una necesidad inminente, ya que generar alianzas dentro del mundo corporativo es fundamental para enfrentar la gestión sostenible de forma más estructurada.

“Esas alianzas contribuyen a que el mundo corporativo pueda apoyarse mutuamente con el objetivo de lograr a nivel país una gestión más sostenible de nuestras cadenas y actividades productivas”, indica.

Por su parte, Sobrevilla destaca que las empresas están comprometidas en conocer e informarse sobre sostenibilidad. “A nivel macro hay grandes avances gracias a los esfuerzos de organizaciones, una de ellas es Perú Sostenible que reúne a múltiples empresas para visibilizar los avances generados creando una cultura mayor de responsabilidad”, finaliza..



EL MOMENTO DE LAS CRUZADAS EMPRESARIALES



LUCIANO PAREDES CHERVELLINI
Gerente de Asuntos Corporativos
de ComexPerú

En los últimos 25 años, nuestro mundo ha experimentado una transformación acelerada y disruptiva. Acontecimientos como la adopción masiva del internet a finales de los noventa y el lanzamiento de los primeros teléfonos inteligentes en 2007 han generado un impacto profundo en la forma en que socializamos, comunicamos y nos relacionamos con nuestros pares. Actualmente, vivimos en una sociedad altamente conectada, en la que la información fluye como una moneda de cambio corriente. Sin embargo, el principal desafío radica en que una mayor conectividad no implica necesariamente una mayor cohesión, y que la información disponible puede variar entre ser precisa o completamente distorsionada. Estas nuevas dinámicas de la sociedad moderna no pasan desapercibidas para las empresas, que se han visto obligadas a adoptar roles más proactivos y reconocer que la viabilidad de sus negocios no se puede evaluar solamente a través de un estado de resultados financieros.

En este contexto, diversas tendencias emergentes están moldeando la estrategia empresarial de sostenibilidad. Un ejemplo destacado es la implementación de principios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), diseñados para integrar prácticas sostenibles y mantener la competitividad en el mercado global. Herramientas estandarizadas de reporte, como el Global Reporting Initiative (GRI), y certificaciones como B Corporation, constituyen parte

de este renovado *toolkit* que las empresas utilizan para medir, estructurar y posicionar sus esfuerzos en sostenibilidad. Sin embargo, un desafío común a todas estas herramientas es su enfoque individualista. A pesar de que contemplan la interacción con los *stakeholders*, tienden a centrarse en las prioridades y objetivos específicos de cada empresa, sin promover suficientemente el esfuerzo colectivo. Como consecuencia, observamos numerosas empresas realizando esfuerzos significativos, pero en conjunto, insuficientes. No podemos forjar el túnel hacia el desarrollo con un montón de individuos armados con una cuchara.

La necesidad de una mayor asociatividad parece haber caído profundamente en la comunidad empresarial peruana y ha desencadenado importantes movimientos como Perú Sostenible, ALOXI, Hombro a Hombro, Es Hoy, Capitalismo Consciente, L+1, solo por mencionar algunos espacios. Desde ComexPerú, nos sumaremos a esta causa en el primer trimestre de 2024 a través de la creación de nuestro Comité de Sostenibilidad, que busca organizar los esfuerzos de nuestros asociados y entidades aliadas en base a ejes específicos de trabajo, siendo el primero de ellos la educación.

Asegurar el aprendizaje de las nuevas generaciones es un factor fundamental para el éxito económico y social de nuestro país. Ciudadanos mejor educados, no solo accederán a mejores oportunidades de empleo, sino que impactarán positivamente en la competitividad nacional e incluso pueden construir democracias más funcionales. Sin embargo, en Perú solo el 41 % de locales educativos cuenta con acceso a internet, 45 % con agua potable y 79 % con acceso a energía eléctrica. En estas condiciones estamos construyendo el capital humano y social de las próximas dos décadas, una situación inaceptable que estamos convencidos debemos revertir juntos con urgencia.

Ya sea educación, salud, empoderamiento de la mujer, o inclusión de personas con habilidades diferentes, las oportunidades (y necesidades) para involucrarnos como una fuerza de cambio son varias y muy importantes. Es momento de asociarnos, mirarnos con un enfoque más amplio y reconocernos como compañeros del mismo equipo en estas cruzadas por el desarrollo. Articular para crear sinergias, es el próximo paso natural hacia una actividad empresarial más sostenible. ..

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA ANTE LOS PRÓXIMOS DESAFÍOS EN SOSTENIBILIDAD



LEYLES RUBIO LEÓN
Consultor en Comunicación

En la actualidad, la sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas que buscan no solo maximizar sus beneficios económicos, sino también mantenerse en el tiempo y generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En el año 2024, las empresas se enfrentan a desafíos significativos en este ámbito, y la clave para superarlos radica en una comunicación estratégica efectiva con sus grupos de interés.

Uno de los principales desafíos en sostenibilidad se centra en la creciente demanda de transparencia por parte de los consumidores y otros actores clave. En un mundo cada vez más conectado, la información fluye rápido, y las empresas deben ser transparentes en cuanto a sus prácticas sostenibles. La comunicación clara y honesta sobre los esfuerzos y logros en sostenibilidad se convierte en un requisito esencial para construir la confianza en los públicos.

Además, las empresas enfrentan el reto de abordar las expectativas cambiantes de los consumidores en relación con la sostenibilidad. La conciencia ambiental y social está en aumento, y la gente busca productos y servicios que reflejen sus valores. Las empresas deben comunicar de manera efectiva cómo están respondiendo a estas expectativas, desde la cadena de suministro hasta la fabricación y distribución de productos. La narrativa sostenible debe ir más allá de la retórica y demostrar acciones tangibles.

Otro desafío crucial es el manejo de crisis relacionadas con la sostenibilidad. A medida que la conciencia pública aumenta, las empresas se encuentran bajo un escrutinio constante. Un incidente ambiental o social puede tener repercusiones devastadoras para la reputación de una empresa. La preparación para gestionar crisis, junto con una comunicación rápida y efectiva, se convierte en una herramienta esencial para proteger la imagen de la empresa y mitigar los daños.

Adicionalmente, las empresas deben enfrentar el desafío de involucrar a sus empleados en la agenda sostenible 2024. La comunicación interna desempeña un papel clave en este aspecto. Los empleados comprometidos y bien informados son embajadores valiosos de la sostenibilidad de la empresa. La comunicación interna debe inspirar y educar, fomentando un sentido de propósito y pertenencia entre los empleados en relación con las iniciativas sostenibles que se tengan.

Cabe recordar que las empresas operan en un ecosistema más amplio, y la colaboración es esencial para abordar problemas complejos de sostenibilidad. La comunicación efectiva con socios, proveedores y otras partes interesadas externas facilita la alineación de objetivos. El intercambio de mejores prácticas promueve un enfoque más integral y eficiente hacia la sostenibilidad.

En este contexto, el uso estratégico de la tecnología de la información y las plataformas digitales se presenta como una herramienta valiosa para la comunicación sostenible. Las redes sociales y otras plataformas online ofrecen a las empresas la oportunidad de difundir su mensaje de manera rápida y directa. Llegan a audiencias más amplias y construyen comunidades comprometidas en torno a la sostenibilidad.

De esta manera, las empresas que buscan destacarse en sostenibilidad en 2024 deben abordar estos desafíos sumando una perspectiva de comunicación estratégica. La transparencia, la autenticidad, la gestión de crisis, la participación de los empleados y la colaboración con partes interesadas son elementos clave. La capacidad de articular y comunicar los esfuerzos y compromisos sostenibles determinará no solo el éxito en la consecución de objetivos ambientales y sociales, sino también la reputación de la empresa en un mundo cada vez más consciente y exigente. ..

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: IMPULSANDO LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA



FELIPE CAJIGA

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



La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un agente de cambio significativo en el mundo empresarial durante 2023, redefiniendo no solo la eficiencia y gestión de recursos sino también la responsabilidad social empresarial. Esta ha emergido como una herramienta revolucionaria en el panorama empresarial, especialmente en 2023, donde su influencia en la sostenibilidad corporativa ha sido especialmente notoria.

Este avance tecnológico no solo ha redefinido la eficiencia operativa y la gestión de recursos, sino que también ha establecido un nuevo paradigma en la responsabilidad social empresarial:

- **Optimización de la producción y abastecimiento:** El 2023 ha sido testigo de cómo la IA ha transformado la predicción de la demanda, permitiendo a las empresas optimizar su producción y abastecimiento de manera más precisa y eficiente [1]. Este cambio ha llevado a una reducción significativa del desperdicio de recursos y una mejora en la cadena de suministro, alineándose con los principios de sostenibilidad.
- **Mejora en la eficiencia energética:** La IA también ha jugado un papel crucial en mejorar la eficiencia energética. A través del análisis de datos y el aprendizaje automático, ha identificado áreas clave donde se puede reducir el consumo energético, resultando en una operación más verde y económicamente viable [2]. Esto no solo beneficia al medio ambiente, sino que también reduce costos operativos.

- **Gestión y análisis de datos:** Este año, la capacidad de la IA para gestionar y analizar grandes volúmenes de datos ha proporcionado *insights* predictivos valiosos. Estos han fortalecido la eficiencia y sostenibilidad de las empresas, permitiendo tomar decisiones más informadas y estratégicas [3].

- **Transformación en América Latina y el Caribe:** La aplicación de la IA ha sido especialmente significativa en la transformación de modelos de desarrollo en regiones emergentes como América Latina y el Caribe. Aquí, la IA ha facilitado la adopción de prácticas sostenibles y ha contribuido al crecimiento económico respetando el equilibrio ecológico [4].

De cara a 2024, se anticipa que la IA jugará un rol aún más fundamental en la sostenibilidad corporativa. Se esperan avances significativos en la eficiencia de procesos y una mejor gestión de recursos. Además, se prevé que la IA influirá en la toma de decisiones estratégicas sostenibles, convirtiéndose en una herramienta indispensable para empresas que buscan prosperar en un entorno enfocado en la sostenibilidad y responsabilidad social.

Como estudioso de la sostenibilidad, he sido testigo de la evolución significativa de la Inteligencia Artificial (IA) y su creciente impacto en el ámbito de la sostenibilidad empresarial. Hacia 2024, las expectativas son altas, y la IA promete traer transformaciones aún más profundas y revolucionarias. Una de las tendencias clave es la capacidad de la IA para impulsar una gestión ambiental más efectiva, contribuyendo significativamente a la economía mundial, con proyecciones de hasta 5,2 billones de dólares para 2030 [5]. La IA tiene un papel fundamental en la eficiencia operativa, optimización de recursos y reducción del impacto ambiental, alineándose así con los objetivos de sostenibilidad.

Sin embargo, con grandes avances vienen grandes responsabilidades. La implementación de la IA debe considerarse cuidadosamente para evitar riesgos potenciales que contrarrestarían sus beneficios en cuanto a sostenibilidad. Es esencial que las empresas no solo se enfoquen en la eficiencia y rentabilidad que ofrece la IA, sino que también consideren las implicaciones éticas y sociales de su uso. ..

Fuentes

- [hazrevista.org - Inteligencia artificial y ESG: un nuevo horizonte en la gestión empresarial]
- [latam.newsroom.ibm.com - La Inteligencia Artificial marcará la sostenibilidad empresarial en 2023]
- [es.linkedin.com - Llevando la Sostenibilidad Corporativa al Siguiente Nivel]
- [news.microsoft.com - La Inteligencia Artificial transforma la sostenibilidad empresarial]
- [aplanet.org - Tendencias Sostenibilidad 2024: Lo que debes saber]

HACIA UN FUTURO SOSTENIBLE PARA EL PERÚ: DESAFÍOS Y CAMINO A SEGUIR



SANDOR LUKACS DE PERENY
Profesor del MBA y de los Programas en Sostenibilidad
de ESAN Graduate School of Business

Es importante prestar atención a la importancia de la sostenibilidad para un país diverso y rico en recursos como el Perú en un mundo en continua evolución. Es necesario reconocer que todavía navegamos varios desafíos para que el tan anhelado progreso sostenible tenga el impacto que se busca para nuestra nación. Sin embargo, la pregunta elemental es ¿qué se requiere para alcanzar este objetivo?

Sabemos que cada nación tiene derecho a perseguir su propio progreso, siempre y cuando esto esté dentro de las capacidades del planeta. En otras palabras, es clave lograr un balance entre el progreso económico y la protección del medioambiente. Ello implica asegurar que todos los ciudadanos tengan las mismas oportunidades y acceso a los servicios públicos, sin importar su origen o situación. Una nación sostenible comienza con el respeto irrestricto de su gente mediante un marco legal adecuadamente aplicado.

De la imitación a la propia identidad

La meta de imitar los estándares de vida entre países desarrollados debe ser nuestro norte. Esto implica, en teoría, que la brecha entre países ricos y pobres debería reducirse a medida que avanzamos. Dicha convergencia dependerá, claro está, en gran medida, del crecimiento económico distributivo y educativo de las naciones menos desarrolladas. Sin embargo, esta no es una única meta; es más bien una responsabilidad complementaria a la que todos los países deberían plegarse y apuntar. El Perú debe enfrentar estos desafíos importantes en los años venideros desde la perspectiva de la sostenibilidad, pero forjando su propia identi-

dad en el marco de su realidad nacional. Para esto, proponemos tres ejes temáticos claves a examinar.

Educación transformadora

Es urgente que todos los niños y jóvenes reciban educación de alta calidad. Esto implica brindar programas de estimulación temprana desde la infancia hasta bases robustas en la educación secundaria. Solo así, se puede ir preparando a los estudiantes para las retadoras situaciones actuales y futuras. Asimismo, un país que busca ser sostenible debe brindarles oportunidades para adquirir habilidades necesarias y encontrar trabajos dignos o emprender un negocio propio.

Gestión rural y agricultura responsable

Potenciar nuestros sistemas agrícolas es un pilar no negociable. Para estos efectos necesitamos asegurarnos que la producción de alimentos contemple el uso eficiente de agua, suelos y mínimas pérdidas. Esto abarca la conservación de bosques y humedales, así como la igualdad de acceso a dichos recursos y servicios a través de infraestructura en áreas rurales.

De la generación de residuos a una economía circular

En el Perú, urge abordar la gestión de residuos y sus daños en ríos, biodiversidad, mares y salud pública. Ante esto, la economía circular se perfila como solución clave. La acumulación de basura afecta los ecosistemas acuáticos y la salud animal. Por ende, adoptar economía circular implica transformar desechos en recursos útiles, reduciendo la presión sobre los recursos naturales. Eso sí, se requiere de la colaboración ciudadana, políticas gubernamentales y conciencia pública.

En síntesis, no es posible que un solo sector lleve a cabo la transformación necesaria pues la sostenibilidad comprende múltiples aspectos de la sociedad. En ese sentido, las decisiones deben tomarse con conocimiento y responsabilidad, teniendo en cuenta tanto el bienestar actual como el futuro de las generaciones venideras. Finalmente, el Perú se encuentra en un momento crucial en su historia. Promover el respeto de las leyes, fomentar la descentralización, equilibrar el desarrollo económico y la conservación natural son perspectivas que pavimentan el camino hacia la sostenibilidad. Ahora bien, habrán obstáculos, pero también identificamos grandes oportunidades para crear una nación más honesta, responsable y próspera..

¿DISOCIADOS DE LA REALIDAD?

EL DESAFÍO DE ADOPTAR LA ECONOMÍA CIRCULAR

POR CRISTHIAN ABANTO

Sustainability business development manager en Deuman

En la última reunión de la coalición por la economía circular, escuché a una representante de Uruguay hablar sobre la disociación entre ciertas normas o leyes y la sostenibilidad. Esto me llevó a preguntarme si las empresas privadas y las personas que las integran padecen de una disociación similar cuando se trata de decisiones de inversión, proyectos y esfuerzos, pero aún no sentimos ni vemos cambios colectivos como sociedad, esa para la cual hacemos empresa o buscamos entregar soluciones.

Es evidente que la mayoría de las personas a nivel mundial son conscientes de los impactos ambientales, aunque con variados grados de comprensión. Esta conciencia se extiende a empresas de todo tamaño que ven este impacto como un elemento crucial de su gestión, y a los países que invierten esfuerzos significativos para cambiar estas dinámicas. No obstante, persiste una pregunta crítica: ¿por qué estos esfuerzos parecen insuficientes, incluso cuando son urgentemente necesarios?

James Clear en su libro *Hábitos Atómicos* propone “cambios pequeños, resultados extraordinarios”, resaltando el poder de las pequeñas decisiones cotidianas. Esta filosofía es paralela a la Economía Circular, que busca cambiar paradigmas (comportamientos habituales) tanto a nivel individual como colectivo, para transformar nuestras sociedades. Estas decisiones, ya sean de ciudadanos, padres, colaboradores o empresarios, dependen de nuestra comprensión de la realidad y nuestra respuesta a ella. Pero ¿qué pasa cuando nos disociamos de esta realidad?

La falta de involucramiento o comprensión de un problema, ya sea por exage-

rarlo, minimizarlo o la creencia de que no se cuentan con las capacidades o recursos para resolverlo, así como la motivación errática al intentar abordarlo, son algunas evidencias de esta disociación que a menudo pasan desapercibidas y que seguro podemos ver cuando proponemos iniciativas que generan más preguntas que respuestas o que terminan perdiéndose en el tiempo.

Esta disociación de la realidad, similar a un rasgo de la esquizofrenia, puede hacer que como sociedad evitemos involuntariamente ver los efectos de nuestras acciones por perseguir la sostenibilidad. ¿Cómo entendemos realmente

el propósito, rol e impacto de nuestras decisiones? Si lo que buscamos es una transición hacia la economía circular, requerimos, más que una reestructuración operativa, un cambio profundo en el “estado mental” de empresas y personas, alineado con las expectativas ambientales y sociales y asegurando la viabilidad económica a largo plazo.

En el núcleo de esta transformación está la necesidad de reconocer y abordar la disonancia entre los métodos actuales y las metas futuras. Así como el tratamiento preciso y adaptativo es crucial en el manejo de la esquizofrenia, lo es también para que las empresas adop-



ten modelos de negocio más circulares y sostenibles.

Identificación de síntomas

Al igual que el diagnóstico inicial de un trastorno complejo como la esquizofrenia, las empresas deben primero identificar los síntomas de su modelo de negocio y la relación con su entorno. Estos síntomas, a menudo sutiles, pueden volverse tangibles con el tiempo, y su reconocimiento no siempre es sencillo.

Al adoptar la economía circular, es común enfocarse en soluciones como el reciclaje o el ecodiseño. Esto puede llevar a preguntas como “¿hasta qué punto es mi responsabilidad?” o afirmaciones del tipo “no hay más que hacer”, que aunque pueden basarse en experiencias y conocimientos válidos, también pueden indicar una tendencia a respuestas preconcebidas que cierran la puerta a otras posibilidades, iniciándose la disociación.

Es esencial tener una visión clara del propósito e impacto de la empresa para determinar si nuestros esfuerzos están alineados con los resultados esperados por la sociedad. Este análisis ayuda a definir el alcance y la efectividad de nuestras acciones abriendo la posibilidad de oportunidades de impacto en lo que hacemos como organizaciones y determinar qué tan consecuente con la realidad y urgencia estamos siendo.

Diagnóstico: Estableciendo una línea base

Después de identificar los síntomas, el siguiente paso es establecer una línea base. Este punto de partida es clave para entender las características de las situaciones identificadas, utilizando datos veraces que respondan a indicadores específicos, metodologías, objetivos y resultados esperados alineados con un plan o teoría de cambio.

A nivel mundial, existen numerosas herramientas, metodologías e inclusive softwares para monitorizar la sostenibilidad corporativa. Probablemente la huella de carbono e hídrica sean las más populares; sin embargo, existen muchas



Es esencial tener una visión clara del propósito e impacto de la empresa.

otras que también son reconocidas por estándares de reportería, por lo que su elección debe basarse en qué queremos lograr y qué cambio deseamos porque ello determinará lo que queremos gestionar y, por ende, medir.

Tratamiento: Repensando la posición e impacto de la empresa

Tras el diagnóstico y la evaluación, el “tratamiento” en el contexto empresarial implica aplicar herramientas y estrategias que integren principios de economía circular en los modelos de negocio. Similar a la medicina donde se combinan diversos tratamientos, el enfoque debe ser multifacético y permanente.

Una herramienta clave es la innovación constante en cada decisión y en el cuestionamiento de las prácticas preestablecidas, del “así lo hacemos siempre”. El manejo y análisis continuo de datos y la búsqueda de nuevas asociaciones y comparaciones alimenta la curiosidad y fomenta la innovación. Además, la participación en esfuerzos colectivos y sectoriales, así como compartir espacios, son maneras efectivas de identificar oportunidades no vistas anteriormente que pueden inspirar cambios en nuestras acciones.

No podemos continuar haciendo negocios en una sociedad que fracasa y querer resolverlo con soluciones tradicionales. El proceso hacia una economía circular es una jornada de transformación y adaptación continua que requiere motivación y, con la implementación de herramientas adecuadas, las empresas empiezan a percibir cambios positivos. Más allá de los beneficios operativos y financieros, se produce una transformación profunda en la identidad corporativa de las empresas, así como en su relación con los clientes y la comunidad. Se convierten en referentes, inspirando a otras empresas y promoviendo un cambio sistémico más amplio en la sociedad hacia prácticas sostenibles y responsables. El potencial de la innovación, los nuevos modelos de negocio y las alianzas son clave para lograrlo y ver resultados visibles y reconocibles en nuestro entorno.

Te invito a tener estas sesiones creativas con nosotros en Deuman y descubrir juntos si podemos lograr más con menos, si los resultados pueden mejorarse o si nuestras nuevas inversiones o acciones realmente persiguen cambios volumétricos...

MODELOS DE NEGOCIOS BASADOS EN CLIMA Y NATURALEZA GENERAN OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO

Las compañías tienen enormes ventajas frente a mercados financieros que cada vez más buscan apostar por negocios o proyectos comprometidos con la mitigación y la adaptación climática.

● Incorporar a la naturaleza en la estrategia de negocio resulta clave frente a los desafíos que enfrentan en la actualidad las organizaciones en todo el mundo. El cambio climático, la pérdida de biodiversidad, entre otros factores, pueden llegar a afectar notablemente las actividades empresariales, por ello es esencial la adopción de los denominados factores ASG de manera integral a los negocios.

Adriana Quirós C., *country manager* Perú del Pacto Global de la ONU, menciona que las empresas tienen que transformar sus modelos de negocio empezando por evaluar su impacto y su dependencia de la naturaleza, y aplicando estrategias creíbles que proporcionen beneficios conjuntos para el clima, la biodiversidad y la sociedad.

“Perú es uno de los países más biodiversos del mundo; sin embargo, sufre por la actividad ilegal de la minería, tala y tráfico de tierras/flora/fauna, lo que significa que perdemos áreas naturales a una velocidad alarmante, poniendo un sin fin de empresas, organizaciones y personas en peligro”, señala.

Para la especialista, existen grandes oportunidades para las compañías que apuestan por este enfoque basado en clima y naturaleza. Entre ellas figuran la generación de resiliencia empresarial, la aparición de nuevas oportunidades de mercado, sobre todo considerando la creciente ola regulatoria en los últimos años. A ello se agrega la confianza de los *stakeholders*, fomentando así cadenas de valor sostenibles y creando un ambiente saludable para todos y todas.



Adriana Quirós C.
Country Manager Perú (Pacto Global de la ONU)



Sandra Carrillo
Socia ESG y Finanzas Sostenibles (ERM Perú)

Naturaleza: Un riesgo tangible

Sandra Carrillo, socia ESG y Finanzas Sostenibles de ERM Perú, reafirma que el aumento de la temperatura global y la pérdida de biodiversidad interconectados representan riesgos evidentes para negocios, comunidades y la economía global. Aproximadamente el 50 % del PBI global depende de recursos naturales y servicios ecosistémicos, lo que supone un riesgo financiero significativo. En este esce-

nario, menciona, las empresas pueden mostrarse atractivas dentro del mercado financiero para las inversiones y las finanzas.

“Naturaleza ha sido identificada como el cuarto riesgo empresarial global más relevante de acuerdo al World Economic Forum, impulsando a los inversionistas a priorizar soluciones basadas en la naturaleza. Ello ha llevado al mercado financiero a priorizar acciones de debida diligencia y definición de parámetros de exclusión”, agrega.

Frente a este contexto, prosigue, el sector financiero está priorizando soluciones climáticas naturales e invirtiendo en soluciones basadas en la naturaleza que fomenten el flujo de capital hacia estas mismas y a aquellas que son climáticamente inteligentes, cimentadas en la ciencia. Para ella es claro que los modelos de negocios que incorporen clima y naturaleza en su estrategia podrán aprovechar mejor estas oportunidades de financiamiento.

Vale resaltar que los factores ESG son fundamentales para adaptarse y mitigar los riesgos que se presentan y, por ende, contar con proyectos acorde a las exigencias de este mercado financiero. De acuerdo a Alina Buscher, *technical assistance manager* de Finance in Motion, estos constituyen en las decisiones corporativas elementos clave para avanzar hacia una empresa más sostenible y responsable.

“La demanda del mercado ofrece oportunidades significativas, siempre y cuando se cuente con proyectos sólidos y sostenibles”, manifiesta.

Estándares NIFF

La entrada en vigor de las IFRS (nuevas NIIF de Sostenibilidad) es otro reto para las compañías en este 2024. Estarán vigentes para los períodos de presentación de informes anuales que comiencen el 1 de enero de 2024. Mientras que su aplicación dependerá del regulador de cada país, al estar integrados en una economía y cadena de valor global, las empresas en Perú deberán adecuarse a estos estándares más pronto de lo que llegue la regulación a ser efectiva en cada país.

“Si bien esto está generando incertidumbre en las empresas, lo cierto es que las nuevas NIIF vienen a unificar el proceso del reporte de sostenibilidad, creando un ‘lenguaje común’ e integrando a la mayoría de los estándares que las empresas han usado desde años atrás”, indica Sandra Carrillo.

Añade que al respecto persisten desafíos como la necesidad de capacitación en altas esferas empresariales en temas de clima y naturaleza, la presión del mercado financiero y la visión re-



Alina Buscher
Technical Assistance Manager
(Finance in Motion)

duccionista del cambio climático enfocada solo en emisiones.

“La integración de estándares como IFRS (basado en las recomendaciones de Task Force on Climate-Related Financial Disclosures | TCFD y The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures | TNFD) en las estrategias empresariales se presenta como aspecto clave para superar estos desafíos y aprovechar las oportunidades emergentes en el ámbito financiero”, argumenta.

Impulsando el ecosistema de sostenibilidad

Environmental Resources Management (ERM) y el Pacto Global de Naciones Unidas en Perú, con el apoyo de otras organizaciones, vienen impulsando espacios que promuevan el análisis de los desafíos mencionados y, sobre todo, se pongan a disposición fuentes de financiamiento para darle curso a estrategias vinculadas a clima y naturaleza. Es por ello que las tres especialistas participaron en un primer encuentro empresarial en Lima apoyado por Finance in Motion, un gestor de fondos de impacto, el cual no solo puso sobre la mesa datos de valor para los participantes, sino que también recogió inquietudes, desafíos y necesidades que seguiremos abordando.

“Con esta colaboración, estamos buscando cerrar la brecha entre las palabras y la acción en las empresas que desean ser más ambiciosas y liderar en materia de negocios sostenibles. Al acercar empresas en busca de financiamiento con empresas que han tenido casos exitosos y organizaciones que brindan financiamiento, impulsamos al ecosistema de sostenibilidad en el Perú hacia delante de una forma transparente y tangible”, finaliza Adriana Quirós.

Greenwashing

El “lavado verde” o “ecoblanqueo”, denominado *greenwashing*, es una de las malas prácticas en las que pueden incurrir las empresas al intentar mostrarse como una opción sostenible en el mercado financiero. Adriana Quirós señala que en el Perú esta puede implicar multas de hasta 700 UIT (3,5 millones de soles, aproximadamente) por parte del Indecopi.

Para evitar este panorama, recomiendan que la labor de rendición de cuentas debe centrarse en identificar áreas de mejora y de trabajo, ajustando planes e inversiones de manera transparente. Asimismo, continúa, las comunicaciones y la publicidad deben de hacer referencia a hechos reales (con sustento técnico o científico), deben de ser claras (no engañosas) y, sobre todo, deben de ser pertinentes al servicio/producto (parte del *core* del negocio).

“Hay una diferencia entre los compromisos honestos de las empresas que rinden cuentas y el *greenwashing*. Por esta razón, desde el Pacto Global de la ONU pedimos a las empresas que tomen medidas ambiciosas y creíbles, informando con transparencia sobre sus avances y limitaciones. En el caso de su ambición climática, les pedimos que establezcan objetivos basados en la ciencia (SBTi) para trazar su camino a las cero emisiones netas y desarrollar sus planes de transición justa”, afirma.

Explica también que las empresas pueden empezar utilizando el marco ACT-D: Evaluar, Comprometerse, Transformar y Divulgar. También pueden emplear las metodologías de la Science Based Targets Network (Red de objetivos basados en la ciencia) para establecer objetivos basados en la ciencia sobre la naturaleza, y las recomendaciones finales de la TNFD para divulgar información sobre cada uno de esos pasos.

“Además, pueden utilizar las metodologías del Science Based Targets Initiative (SBTi) y TCFD para alinear ambos temas”, sugiere.



Miembros del equipo "Yo Me cuido".

“EL PROGRAMA ‘YO ME CUIDO’ FOMENTA BUENAS PRÁCTICAS EN CULTURA DE PREVENCIÓN”

En esta Entrevista Central, Patricia Cortez, gerente de Sostenibilidad y Asuntos Corporativos en RIMAC, conversa acerca de “Yo me cuido”. Indica que en 10 años el programa ha logrado trabajar con más de 1470 instituciones educativas, e inclusive han articulado con el Minedu para que la colección de cuentos “Aprendiendo a Cuidarme” forme parte del contenido de “Aprendo en casa” en época de pandemia.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

Se cumplen 10 años desde su creación. ¿Cuál fue la motivación para la creación de “Yo me cuido”? ¿Cuál es el objetivo o propósito?

La motivación de RIMAC es contribuir de forma sostenible, ser agentes de cambio y dejar huella en la mejora de la educación en el Perú, siendo fieles a nuestro propósito de proteger e impulsar el bienestar de las personas. Como aseguradora, en el 2012 identificamos la oportunidad de aportar en la cultura de prevención, entonces, para atender esta problemática y ser parte de la solución, creamos el programa educativo “Yo me cuido” con el propósito de fomentar la educación, seguridad, y conservación de la salud física y mental para lograr el bienestar de más peruanos y peruanas. Así fue como en el 2013 “Yo me cuido” empezó a impactar a través de un plan estratégico y hasta el día de hoy seguimos innovando para lograr nuestro propósito.

¿Cuáles han sido los principales ejes de acción de “Yo Me Cuido” y cómo los aplicaron?

El programa fomenta buenas prácticas

en cultura de prevención a través de los siguientes cuatro ejes:

- Salud y nutrición
- Accidentes y primeros auxilios
- Emergencias y desastres
- Seguridad vial

Para desarrollar cada uno de estos ejes, desplegamos programas de formación y capacitación dirigidos a docentes y padres de familia, así como talleres para adolescentes y educacuentos para niños.

¿En qué consiste el desarrollo de cada uno de estos ejes?

Dentro de cada eje se profundizan temas que priorizamos en función a las necesidades y situaciones coyunturales en el país, para ello, contamos con una colección de dieciocho cuentos “Aprendiendo a cuidarme”, donde a través de historias cotidianas, protagonizadas por Tito, Lucía y el resto de personajes de la familia “Yo me cuido”, plasmamos mensajes claves con el propósito de sensibilizar, motivar y enseñar a los estudiantes y lograr su bienestar.

También cuentan con una página web en el programa...

Sí, contamos con la página web <https://yomecuido.com.pe/> en la que hay artículos de expertos en temas de prevención. También cuenta con recursos educativos gratuitos para que las instituciones educativas puedan gestionar un plan de riesgos, así como canciones, videos, webinars, microprogramas, entre otros.

¿Cuáles son sus principales actividades en la actualidad?

Estamos realizando alianzas con Ugeles de las regiones de Arequipa y Trujillo, para continuar con nuestras acciones de descentralización. Además, acabamos de renovar el convenio interinstitucional con la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana para los próximos cinco años.

¿Alguna actividad en relación al fenómeno El Niño que se ha previsto en el país?

Ante la llegada del fenómeno El Niño, hemos realizado una nueva edición de cuentos “Aprendiendo a cuidarme ante el fenómeno El Niño”, el cual informa

sobre las medidas de prevención y acción ante lluvias intensas, huaicos y sequías. Por otro lado, enseña sobre las medidas de cuidado ante las enfermedades que causa el fenómeno, y por último, da a conocer las diferencias de cómo este impacta en las diferentes regiones del país.

¿Cuál es el alcance de su página web y sus redes sociales? ¿Qué tan importante son para la difusión de su programa? “Yo me cuido” cuenta, desde el inicio de su gestión, con una página web y redes sociales como Facebook. El sitio web funciona como un repositorio de artículos que aportan al desarrollo de temas relacionados a nuestros cuatro ejes. Asimismo, en él también es posible encontrar nuestra colección de cuentos “Aprendiendo a Cuidarme” comple-

tamente digitalizada, lo que facilita el acceso de las personas a las herramientas educativas.

Como alcance, tenemos un total de 2 398 421 páginas vistas y 1 292 731 visitas únicas, hasta diciembre de este 2023.

¿Cuál ha sido la dinámica de trabajo con Facebook?

Por otra parte, en Facebook publicamos contenidos de forma diaria que abordan cada uno de los ejes de “Yo me cuido”. Mediante artículos, videos, tips para padres, datos curiosos y efemérides, seguimos aportando a los hábitos de prevención y cuidado de padres y niños, con un alcance total de 14 107 002 personas y 1 901 518 interacciones hasta septiembre de este año. Asimismo, contamos con una comunidad de más de 136 mil fans.

¿Cuál es el alcance de peruanos impactados por el programa?

Estamos muy orgullosos de informar que “Yo me cuido”, en 10 años de acciones, ha logrado trabajar con más de 1470 instituciones educativas, 9100 docentes, 47 522 estudiantes y 41 437 padres y madres de familia.

¿Dentro de qué pilar o aspecto de la estrategia de sostenibilidad de RIMAC se ubica el programa?

Nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada a nuestro propósito y a la estrategia de BRECA, corporación a la que pertenecemos. Está compuesta por tres pilares: “Cuidando el mañana”, que aborda iniciativas ambientales; “Protegiendo lo que importa”, que aborda programas sociales; y “Construyendo confianza”, donde gestionamos la gobernanza.

Dentro del pilar “Protegiendo lo que importa”, el cual tiene como objetivo impulsar el bienestar promoviendo una cultura de prevención en todos nuestros *stakeholders*, enmarcamos nuestro programa bandera, dado que expresa y hace tangible todos nuestros esfuerzos por cumplir el objetivo, fomentando la cultura en las comunidades educativas de todo el Perú.

La motivación de RIMAC es contribuir de forma sostenible, ser agentes de cambio y dejar huella en la mejora de la educación en el Perú.



Celebración de 10 años de “Yo me cuido”.



Equipo “Yo me cuido” en encuentro de docentes en Arequipa.

¿Con qué instituciones han establecido alianzas estratégicas para poder potenciar la iniciativa?

Para lograr el impacto que tiene hoy “Yo me cuido”, realizamos una alianza con el Ministerio de Educación, con la Dirección Regional de Lima Metropolitana (DRELM), con las 7 Ugeles de Lima Metropolitana y con municipalidades.

Por otro lado, en RIMAC desplegamos el programa “Alianzas de valor compartido”, en las cuales ofrecemos a nuestros clientes corporativos desarrollar algunas actividades y estrategias en función a las necesidades e intereses de sus colaboradores, para sumar esfuerzos en la mejora de la educación en las comunidades en donde intervienen.

En esa línea, ¿cuántas alianzas han establecido con el sector privado?

Hasta la fecha, hemos logrado crear alianzas con 38 empresas como Urbanova, Sierra Sun Group, Minera Bateas y otros, logrando impactar a cerca de 10 mil personas de diferentes regiones del Perú. Incluso, estas alianzas nos llevaron a ganar el premio “Empresas que transforman en el Perú” otorgado por CADE Ejecutivos en el 2021.

¿Cuáles fueron los desafíos para el programa durante la pandemia del COVID-19?

Pese a las circunstancias propias de la pandemia, el equipo de “Yo me cuido”



Equipo “Yo me cuido” con Director Carlos Alfredo Chang Jiménez de la Ugel 02 de Trujillo.

Estamos realizando alianzas con Ugeles de las regiones de Arequipa y Trujillo para continuar con nuestras acciones de descentralización.

tuvo que tomar el desafío e innovar en cada una de las acciones, para así potenciar el impacto del programa, incluyendo herramientas digitales para continuar con el propósito.

A través de la alianza con el MINEDU, la colección de cuentos “Aprendiendo a Cuidarme” formó parte del contenido educativo del programa “Aprendo en casa”, durante todo el 2020 y 2021. Los

cuentos en versión digital llegaron a los hogares de los niños a nivel nacional, además brindamos capacitaciones a distancia, asesoría, acompañamiento y soporte pedagógico con estrategias y recursos de “Yo me cuido”.

¿Qué más han desarrollado en el marco de “Aprendo en casa”?

Gracias a la alianza con la Dirección Regional de Educación de Lima Metro-



Equipo “Yo me cuido” con Director Roberto Carlos Marín Samayani de la Ugel Arequipa Norte.

politana, logramos realizar el plan de formación y capacitación a distancia, contextualizando todo el contenido educativo con la estrategia “Aprendo en casa” en el marco de la pandemia por la COVID - 19. Del 2020 al 2021 logramos atender a distancia a 66 instituciones, a 3134 docentes, a 6192 niños, y a 9419 padres.

Estas actividades tuvieron un impacto positivo al punto que la I.E. 1147 Rosales Valencia ubicada en el Cercado de Lima, ganó el primer puesto con la práctica “Manejo mis emociones, me divierto aprendiendo y soy feliz” en el Concurso de Buenas Prácticas organizado a nivel nacional por el Ministerio de Educación en el 2020.

¿Cuán valioso puede ser el poder de la información frente a accidentes o desastres?

El cambio climático y sus efectos van en aumento, y la realidad es que en nuestro país hay recursos limitados para capacitar y preparar a las personas para enfrentar las catástrofes naturales. Por ello, para nosotros, y alineado con nuestro propósito “Protegemos tu mundo, impulsamos tu bienestar”, es una gran oportunidad el poder educar y construir una cultura de prevención y seguridad a través de nuestro programa educati-

vo. Junto con ello, tenemos una gran responsabilidad de brindar la información adecuada, fácil de comprender y sobre todo oportuna para lograr nuestro objetivo que es mitigar los impactos frente a un accidente o situación de riesgo.

¿Cómo se cercioran de brindar la mejor calidad y cantidad de información?

Contamos con un gran aliado que provee de información confiable y veraz, nuestro Centro de Monitoreo, una herramienta de modelación que permite analizar fenómenos naturales, sociales y emergencias. Tiene una instalación física y una plataforma tecnológica operada por especialistas expertos que monitorean eventos potencialmente peligrosos a nivel local todos los días del año, con el objetivo de brindar a los asegurados información y herramientas que les ayuden a mitigar el impacto negativo en sus instalaciones y operaciones.

A la fecha ha brindado asesoría a más de 1900 empresas y más de 30 000 horas de capacitación a distintas industrias, junto a empresas globales expertas en prevención de riesgos. Asimismo, cuenta con una sección abierta al público en general donde proveemos artículos de interés sobre riesgos y prevención para toda la población.

¿Qué expectativas tienen respecto a la iniciativa para el 2024?

Por la llegada del fenómeno El Niño, en el 2024, nos centraremos en la formación de hábitos de prevención para reducir los riesgos y los desastres. El programa “Yo me cuido” ayudará a que nuestros principales públicos estén preparados y sepan cómo actuar ante los efectos del fenómeno climático. Además, continuaremos trabajando con nuestros clientes, para ofrecerles un valor agregado diferenciado.

Cambiando de tema, ¿cómo han logrado involucrar a sus colaboradores en este tipo de acciones?

En el marco de la celebración de los 10 años del programa, lanzamos el primer voluntariado “Yo me cuido”, donde los voluntarios RIMAC educaron a estudiantes en prevención de riesgos en caso de desastres naturales como la evacuación en caso de temblores, cómo preparar una mochila de emergencia, identificar los riesgos, reducir daños y qué hacer en caso de huaicos y lluvias intensas. Para esta acción visitamos tres instituciones educativas logrando trabajar con 406 niños y 20 docentes.

¿Han contemplado el voluntariado corporativo como parte de una cultura organizacional que contribuya a la estrategia de sostenibilidad de la compañía?

Sí, desde hace varios años, contamos con una estrategia de voluntariado que está alineada a nuestra estrategia de sostenibilidad y aporta a cada uno de los ejes que la componen.

Este año, nuestra estrategia tuvo dos grandes objetivos: aumentar el número de voluntarios que participaban en las actividades a comparación del 2022 y descentralizar el voluntariado implementando acciones en nuestras sedes en provincia.

¿Cuál ha sido el resultado de estos dos objetivos?

Dichos objetivos los hemos logrado

exitosamente, ya que este año hemos contado con cerca de 1000 voluntarios a lo largo de todas nuestras actividades. En total, logramos desplegar diecinueve iniciativas de voluntariado, entre campañas de donación de sangre, limpieza de playas, trabajo con adultos mayores, programas ambientales, etc.

¿Qué proyecciones tiene RIMAC para el 2024 en relación con su estrategia de sostenibilidad?

En el 2024 buscaremos que nuestra estrategia continúe aportando a lograr el bienestar de peruanos y peruanas, trabajando de la mano con nuestros clientes internos y externos.

Como parte de nuestra estrategia impulsaremos la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) a través de un plan de acción diseñado a medida de las necesidades de nuestros colaboradores, el cual será implementado durante todo el año de manera consistente y coherente, alineado a nuestro propósito y principios.

En nuestro frente ambiental, iniciaremos el diseño de nuestro camino

Nos aseguraremos de que peruanos y peruanas reconozcan a RIMAC como un aliado referente.

hacia la descarbonización, reducción de huella de carbono y continuaremos los esfuerzos por mitigar los impactos del fenómeno El Niño.

¿Cómo ve al sector para el 2024 en relación con promover la inclusión de más peruanos y peruanas al sector seguros?

Creemos que la presencia de un fenómeno de la magnitud de El Niño, sumado a todas las dificultades que tienen actualmente los peruanos para poder impulsar su bienestar, requieren de un sector asegurador que trabaje colaborativamente.

En ese sentido, debemos velar por no solo ofrecer productos sostenibles, sino también personalizables y accesibles. De esa manera, nuestros productos se asegurarán de conocer las necesidades

y deseos de múltiples grupos, principalmente de aquellos en una mayor situación de vulnerabilidad. El objetivo es que cada vez más personas puedan proteger lo que deseen sin barreras que se los impidan e impulsar su bienestar.

Finalmente, ¿cómo resumiría el propósito que tiene RIMAC para generar bienestar en el país desde su sector?

Nuestro propósito es “Protegemos tu mundo, impulsamos tu bienestar” y trabajamos diario para poder cumplirlo. Para lograrlo nos concentraremos en darles la mejor oferta de valor a nuestros clientes, con las mejores alternativas, herramientas, especialistas y recursos para potenciar su salud mental, física y financiera, y a la vez nos aseguraremos de que peruanos y peruanas reconozcan a RIMAC como un aliado referente. ..



Alianza de valor compartido con nuestro cliente Danper.

CADE EJECUTIVOS 2023: SECTOR PRIVADO REAFIRMÓ SU COMPROMISO CON EL DESARROLLO DEL PERÚ

Personalidades de diversos sectores del país se reunieron durante tres días en Urubamba (Cusco) para dialogar y proponer soluciones a los principales desafíos que enfrenta el Perú en medio de una recesión económica.

Después de 13 años, CADE Ejecutivos, en su edición número 61, volvió a llevarse a cabo en una región al interior del país bajo el lema “Volver a creer, volver a crecer”. El foro empresarial más importante del Perú se desarrolló del 14 al 16 de noviembre del 2023 en instalaciones del Centro Cultural de la Ciudadela de Salud Infantil “Virgen de VIDAWASI”.

El evento abordó diferentes temas. Entre ellos la vuelta al crecimiento económico, el restablecimiento de la confianza en las instituciones, la promoción de la inversión privada, la asociación público-privada y demás. Su ubicación, en esta edición, en la región Cusco, reflejó la visión de IPAE Acción Empresarial respecto a la descentralización: “El Perú no es Lima. Debemos trabajar en llevar el desarrollo, producto del crecimiento económico, a las regiones”, sostuvo Gonzalo Galdos, presidente del gremio en el día de apertura.

Durante las tres jornadas, en el foro también destacó la participación de importantes autoridades del Estado como Alberto Otárola, presidente del Consejo de Ministros, y diferentes representantes de los ministerios: Madeleine Burns, viceministra de Turismo; Jennifer Contreras, ministra de Desarrollo Agrario y Riego; Óscar Vera, ministro de Energía y Minas; entre otros.



La inauguración del foro estuvo a cargo de Gonzalo Galdos, presidente de IPAE Acción Empresarial; Juan Fernando Correa, presidente de CADE Ejecutivos 2023; y Werner Salcedo, gobernador regional de Cusco.



En las primeras horas, hubo un momento para la representación artística y ancestral de la región frente a la mirada atenta de ejecutivos y diversas autoridades del país.



Werner Salcedo; John González, presidente de la Cámara de Comercio del Cusco; y Rosa Pino, empresaria cusqueña; abordaron en una de las primeras sesiones las oportunidades y desafíos desde las regiones frente al crecimiento y desarrollo económico.

CONCLUSIÓN

La reactivación del crecimiento demanda acciones concretas por parte del Estado para fomentar la inversión privada y otorgar un papel central al sector empresarial en el desarrollo del Perú.



Álvaro Correa, segundo vicepresidente de la CONFIEP, y Alberto Otárola, presidente del Consejo de Ministros, dialogaron sobre la recuperación de la confianza entre el sector privado y el público: "Desde el Poder Ejecutivo reconocemos el rol fundamental de la empresa privada", sostuvo Otárola.



Juan Fernando Correa y Ronald Vera, alcalde de la Municipalidad Provincial de Urubamba, enfatizaron en el rol del empresariado para volver a la senda del crecimiento: "Invitamos y convocamos a los ejecutivos del país y del extranjero para que consideren vuestra inversión en importantes proyectos", señaló la autoridad.

CONCLUSIÓN

La colaboración entre los sectores público y privado es esencial para re-activar la economía y cerrar brechas.

Retomar el crecimiento económico fue uno de los principales temas. En el primer día, Diego Macera, director del Instituto Peruano de Economía, condujo una plenaria junto con Roxana Barrantes, profesora principal de la PUCP e investigadora del IEP, y Waldo Mendoza, profesor e investigador en el Departamento de Economía de la PUCP.



La viceministra de Turismo Madeleine Burns estuvo presente en una de las jornadas para hablar sobre la importancia de la reactivación del sector turismo. Indicó que este genera más de 1 millón de empleos, y hoy representa 2.5 % del PBI nacional: "Pero esperamos ser el 10 % del PBI nacional", dijo.



CONCLUSIÓN

Urge concretar proyectos ambiciosos para reactivar los motores clave para el crecimiento y empleo: turismo, minería, agricultura e infraestructura.



Para exponer sobre la integración de los pequeños agricultores en cadenas de agroexportación, se presentó Gabriel Amaro, presidente de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP), quien hizo hincapié en la necesidad de actualizar la información sobre el sector agricultura para establecer políticas públicas más acertadas.



Elmer Cuba, socio de Macroconsult, estuvo presente en el panel "Una nueva formalidad": "Hay espacio para recalibrar la legislación tributaria y laboral de manera conjunta para comenzar a reducir de manera importante la informalidad". También participó Ana María Choquehuanca, ministra de la Producción.

David Tuesta, presidente del Consejo Privado de Competitividad, estuvo a cargo de la "Revisión de los compromisos CADE Ejecutivos 2022" e hizo un análisis y reflexión sobre los avances, retrocesos y propuestas para elevar la productividad y recuperar el crecimiento: "Lo que se requiere es que el Gobierno empiece a transmitir señales potentes de una real convicción con impulsar la inversión privada."



CONCLUSIÓN

Es imperativo resolver las inconsistencias gubernamentales que obstaculizan la inversión privada.



En la sesión "Hacia una educación transformadora", Miriam Ponce, ministra de Educación, y Maria Isabel León, vicepresidenta de IPAE, conversaron sobre la forma de impulsar mejoras en el sector educativo a raíz de un trabajo intersectorial en favor de los peruanos y peruanas.



En CADE Ejecutivos hubo espacio para la Feria Regional que albergó a múltiples emprendedores locales, quienes exhibieron productos típicos de la región como artesanías, papas nativas, café, etc.



En una de las últimas sesiones previas a la clausura, Gonzalo Galdos sostuvo una tertulia con Julio Velarde, presidente del Banco Central de Reserva del Perú, para referirse a los desafíos del país para restablecer la confianza, un punto trascendental para el aumento de la inversión privada y de una institucionalidad sólida.

CONCLUSIÓN

El compromiso con la integridad y la generación de progreso en la población son pilares fundamentales para construir confianza.



Gonzalo Galdos y Juan Fernando Correa brindaron las conclusiones del evento: "Están todos invitados a realizar a no salir de este CADE Ejecutivos sin hacer un compromiso de cuál es el alcance que le van a dar a sus actividades empresariales y a su propio rol como líderes", instó Galdos casi al término de la sesión final.

¿ES POSIBLE CONSTRUIR UNA AGENDA DE INVERSIÓN REGIONAL?

Cuatro pasos para convocar a la sociedad civil en la construcción de espacios de incidencia con autoridades y que lo político no termine por desbaratar lo técnico.

POR GUILLERMO ROMÁN-FLORES ZEVALLOS

Director ejecutivo de Taller Creativo Consultores
www.tallercreativo.com.pe

● Hace algún tiempo, en el marco de PERUMIN en Arequipa, el gobernador de Cusco Werner Salcedo pronunció una potente frase: “No puedo pretender que un funcionario que debe planificar inversiones de 300 o 400 millones de soles, haga un buen trabajo, si solo gana 5 mil soles”. Palabras más o menos, ese era el sentido de la frase.

Esta reflexión esconde varios temas de fondo, quizás los más importantes estén ligados a las capacidades de los funcionarios públicos en el interior del país, en la meritocracia y en la capacidad de pagar mejor en los Gobiernos subnacionales. Sin embargo, desde nuestra óptica, resalta también una débil institucionalidad de soporte en las regiones. Si bien los colegios profesionales vienen cumpliendo un rol interesante en algunos espacios, la verdad es que la participación de los privados, de las universidades y de las asociaciones civiles en la planificación de las inversiones regionales es muy escasa.

Algunas empresas mineras como Antamina en Áncash o Hudbay en Cusco han constituido espacios de soporte con profesionales calificados para apoyar programas de inversión en las regiones donde operan, con la meta de complementar el trabajo de las autoridades de sus áreas de influencia en la preparación de expedientes técnicos y, en muchos casos, acompañar las gestiones necesarias que demandan las



**En nuestro país creemos
que lo ‘público’ no
nos corresponde.**

inversiones para sus distritos. Ese enfoque suma y mucho, y si a eso le añadimos el dinamismo del mecanismo de Obras por Impuestos pues el salto es exponencial. Lamentablemente, estos esfuerzos aislados no pueden ser

replicados a nivel nacional, la barrera está en lo que puede mal interpretarse como injerencia política.

Existe una tarea transversal que debemos cumplir los ciudadanos, pero que

normalmente evitamos y tiene que ver con la esfera de lo público. En nuestro país creemos que lo “público” no nos corresponde, lo paradójico es que nos cuestionamos todo el tiempo sobre cómo hacer para participar si aún le tenemos miedo a la dimensión política de lo “público” y no es para menos, con el desprestigio que la precede.

En concreto, estas líneas buscan motivar un debate abierto sobre cuánto podemos involucrar a profesionales de élite, a empresas, a grupos de profesionales y a gremios de todo tipo en la construcción de una agenda planificada para cada región del país, que piense en la infraestructura faltante, en el cierre de brechas sociales y en mejorar la calidad de vida de las personas; es decir, hacer política sin que te acusen de estar haciéndola. Me atrevo a proponer cuatro pasos combinados:

1. Foros que inspiran: Siempre hay regiones que están un paso adelante, otros países que nos han sacado ventaja en la construcción de una agenda pública abierta. La idea es

invitar a profesionales de esos entornos para que nos cuenten sus experiencias de forma transparente, que se transmita en redes y que se hagan piezas de difusión para que la mayor cantidad de personas escuchen lo que viene pasando en otros lugares. Estos espacios deben ligarse a espacios informativos y noticieros para que la mayor cantidad de gente pueda abrirse a otras experiencias inspiradoras. Auspiciar estos espacios no es muy caro.

2. Voluntariado de ejecutivos: Imaginen a los más talentosos profesionales de cada empresa dedicando una o dos horas mensuales para formar mesas técnicas de apoyo a la gestión regional. ¿Es viable? ¿Estarían las empresas dispuestas a compartir ese talento? ¿Serán bien recibidos por los consejos regionales?

3. Enfoque en la academia: Alentar a que estos espacios inspiradores (foros y mesas técnicas) aterricen en las universidades e institutos

de cada localidad. Es en los jóvenes que debemos sembrar la semilla del llamado a la acción para que, en un futuro próximo, los consejos ciudadanos sean parte de la institucionalidad local y no una mera reunión de bien intencionados.

4. Accountability: Proponiendo una periódica rendición de cuentas activa y organizada; lo que el anglicismo permite identificar como el rol de los ciudadanos y los medios de comunicación en medir la eficiencia de sus autoridades de forma propositiva, con base en indicadores de proceso y de desempeño propuestos al inicio de cada gestión. Si se hace la sensibilización adecuada, si se puede.

Me quiero imaginar a algunas regiones del país con recursos suficientes para aliviar la anemia, la desnutrición crónica y varias postergaciones más, siguiendo estos sencillos cuatro pasos con la meta de consolidar una agenda ciudadana propositiva de apoyo a sus autoridades, donde los privados tenemos mucho que hacer. ¡Sí se puede!..



“ESTAMOS CONSTRUYENDO UN MOVIMIENTO DE PERSONAS QUE UTILIZAN LOS NEGOCIOS COMO UNA FUERZA PARA EL BIEN”

José Antonio Talledo, copresidente de Sistema B Perú, dialogó con *Stakeholders* sobre el impacto positivo de las Empresas B en el país. Actualmente, hay más de 50 empresas B en Perú, abarcando diversos sectores.

POR DENISSE TORRICO
dtorrigo@stakeholders.com.pe

¿Qué implica ser una Empresa B y cómo trabaja Sistema B en Perú?

Las empresas B son empresas que se han propuesto transformar la economía en general para beneficiar a todas las personas, a todas las comunidades y al planeta. Tienen un propósito más grande, que es impulsar una nueva visión colectiva: utilizar la fuerza de los negocios para hacer el bien. Todos imaginamos nuestro querido Perú como un país más inclusivo, equitativo y regenerativo.

¿Cuántas empresas B hay en el Perú? ¿Hay algún sector predominante?

En el Perú, actualmente, hay más de 50 empresas. Estamos en varios sectores, desde las grandes empresas hasta las muy pequeñas. Desde turismo (5), finanzas (3), logística (1), construcción (2), textil y joyería (8), cosmética y cuidado personal (2), manufactura y hogar (1), servicios profesionales y estrategia corporativa (12), agricultura y alimentación (8), gestión ambiental (4), salud y bienestar (3), educación (1), tecnología (1), de las cuales emplean a más de 5 mil trabajadores y suman ingresos colectivos anuales por 1059 billones de dólares.

Según un estudio realizado por ustedes, el 86 % de las Empresas B recomendarían la Certificación de Empresa B. ¿Cuáles crees que son las razones detrás de esta alta recomendación?

Las empresas certificadas sienten que estamos avanzando, a pasos agigantados, en hacer cosas positivas para nues-



José Antonio Talledo
Copresidente de Sistema B Perú

tras comunidades y para el planeta. Esto trae consigo un efecto en cascada. Es un círculo virtuoso en los empresarios. En el caso de los consumidores, no solo encuentran unos buenos productos, sino que también vienen con un propósito más grande.

Se menciona que el 67 % de las Empresas B tuvieron alianzas comerciales con otras Empresas B en Perú en 2022. ¿Cómo benefician estas alianzas a las empresas y qué impacto tienen en sus objetivos sociales y ambientales?

Para ir a través de la evaluación y finalmente la Certificación B, las empresas tienen que cumplir muchos capítulos en muchos ámbitos. No es únicamente lo que uno hace dentro de su empresa, sino tu relación con los proveedores, tu



relación con los clientes, porque tu impacto es en toda la cadena.

¿Cuáles son algunos de los desafíos que enfrentan las Empresas B en Perú en la actualidad en su búsqueda de un impacto social y ambiental positivo? ¿Y qué oportunidades pueden surgir en el futuro?

Las empresas B trabajan en triple impacto económico, social y ambiental. Uno de estos tres vectores fundamentales es el impacto ambiental, donde las Empresas B han sido muy vocales y muy activas. La mayoría de empresas, no ahora sino largo tiempo atrás, vienen trabajando en su huella de carbono y tratando de llegar – de forma anticipada – a los objetivos que se han planteado para el 2030, según las Naciones Unidas y las últimas COP.

Entonces en esa parte, las empresas B no únicamente están haciendo la tarea que se requiere de todos, sino que están adelantadas.

¿Cómo ves el panorama de las Empresas B en Perú en los próximos años? ¿Hay algún cambio o desarrollo significativo que se espera en este sector?

Afortunadamente el mundo está cambiando. Me entusiasma ver que las nue-

Cifras que respaldan

Desde la llegada de la certificación de Empresa B, las organizaciones han tratado de brindar las mismas oportunidades generacionales, es por ello que, según el informe de impacto de Sistema B Perú, confirma que más del 50 % de mujeres ocupan algún cargo de gerencia en las Empresas B peruanas. Sin embargo solo 16 de las 50 Empresas B son lideradas por mujeres.

En el Perú, el 56 % de estas empresas cuentan con un programa formal para evaluar cómo reducir la generación de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos. También, el 14 % utiliza al 100 % energías de fuentes renovables. Además de ello, el 63 % monitorea y registra el consumo de agua para que no sea malgastado, es por ello que el 32 % (del 63 %) ya se han establecido metas de reducción para los próximos años.

vas generaciones son las que más conciencia tienen y se dan cuenta de los retos que tenemos de cara al futuro. Son ellas quienes privilegian sus compras individuales o colectivas hacia empresas con propósito. Veo con una ilusión increíble el crecimiento que esto va a tener en nuestro país.

En esa línea, ¿cómo ves el impacto positivo que se puede llegar a tener?

Estamos construyendo un movimiento de personas que utilizan los negocios

como una fuerza para el bien. Esto es posible y lo estamos demostrando. Estamos acelerando la acción colectiva. Hemos creado estándares, políticas, herramientas y programas que cambian el comportamiento, la cultura y la estructura propia del capitalismo.

Estamos haciendo liderar el cambio en los sistemas económicos que van a hacer realidad nuestra visión de una economía inclusiva, equitativa y regenerativa. ..





12° INFORME DE SOSTENIBILIDAD REPSOL PERÚ | AÑO 2022

Repsol inició su gestión en el Perú en 1994. A la fecha, es uno de los grupos económicos más importantes del país, así como uno de los principales inversores en el sector energía.

Producción e Indicadores Económicos 2022

 **1,491 millones de dólares** de impuestos pagados.

En 2022, Repsol Perú refinó:

26.3 millones de barriles de petróleo crudo procesado.

29.5 millones de barriles de productos petrolíferos producidos.

Gestionó **567 estaciones de servicios**

En Upstream

16.9 millones de barriles de petróleo equivalente producidos.

283.7 millones de barriles de petróleo equivalente en reservas probadas.



Acciones frente al derrame en Refinería La Pampilla

Esta sección se encuentra actualizada a noviembre 2023. Sin embargo, en el informe de Sostenibilidad las cifras de las acciones frente al derrame se encuentran actualizadas a agosto 2023, fecha en que se elaboró el documento.

+1,000 millones de Soles

se destinaron para trabajos de limpieza, remediación, monitoreo ambiental y compensación social, entre otros.

Trabajamos con

+50 compañías

entre ellas, las de mayor prestigio a nivel mundial en cuanto a las acciones ante derrames de hidrocarburos.

98% del Padrón Único de Afectados [más de 10,000 personas]

recibieron compensaciones económicas por parte de Refinería La Pampilla por el ejercicio 2022.

Y a noviembre 2023,

89% del mismo padrón

ha recibido compensaciones económicas por el ejercicio 2023.

Llevamos a cabo **Procesos de Debida Diligencia en derechos humanos** en las comunidades del área de influencia.

Se contó con **Mecanismos de reclamaciones** para dar seguimiento y resolución a quejas, reclamos, sugerencias o solicitudes de información de las comunidades.

A noviembre del 2023, diversos estudios demuestran la **recuperación del agua**, se cumplen con los estándares de calidad ambiental [ECA] y de biodiversidad marina, por lo que el mar en zonas afectadas se encuentran apto.

Cambio Climático y Medio Ambiente

180
toneladas

de residuos
fueron
reutilizadas.

0 emisiones
netas

meta a nivel mundial
para 2050.



Consumo
energético de

7.86
millones
de GJ

Mejora del

20%

de eficiencia en el
consumo
energético de la
plataforma e
infraestructura de
tecnologías de la
información.

Proyectos específicos de
la Unidad de Refino:

Reducción de

11.3 mil
toneladas
de CO₂eq

Gestión del talento

53.32%

de trabajadores
son mujeres



1,636 mujeres



1,432
hombres

Entre las acciones
de diversidad e inclusión,
se cuenta con un

**Programa de
empleo para
personas con
capacidades
diferentes.**

**Programa de
Inserción laboral
para mujeres
víctimas de
violencia de género,**
en alianza con la
ONG Cesal y la
Cámara de Comercio
Española.



Ética, Personas e Impacto Social

Desarrollamos nuestras
operaciones en el marco de nuestro
**Modelo de Sostenibilidad
y la Política de Derechos
Humanos y Relación con
las Comunidades.**

Programa

Fuertes como el Hierro

para mejorar las condiciones
alimentarias de las personas
de Ventanilla y Ancón,
ejecutada de la mano del
Banco de Alimentos Perú.

Registramos

0

Casos de corrupción
Conflictos
Días de paralización



739

millones de dólares

compró Repsol Perú a
proveedores locales
dinamizando así la
economía peruana.



Accede al Informe de
Sostenibilidad de Repsol Perú
Escaneando el Código QR

“NO NECESITAMOS REPORTAR PARA CUMPLIRLE A UN GOBIERNO Y QUE NO NOS SANCIONE”

En conversación con *Stakeholders*, Andrea Pradilla, directora del Global Reporting Initiative (GRI) Latinoamérica, destaca las actualizaciones significativas de los estándares del GRI. Además, indica que el reporte riguroso no solo beneficia la reputación, sino que también impulsa la eficiencia, ahorros y mejora la atracción.

POR DENISSE TORRICO
dtorrico@stakeholders.com.pe

¿Cuáles son las principales novedades en las recientes actualizaciones de los estándares del GRI y cómo influyen en la rendición de cuentas y transparencia de las organizaciones a nivel mundial?

En el 2021 hicimos una actualización muy importante para alinear todo el proceso de reporte a los principios rectores y al proceso de debida diligencia de empresa y derechos humanos. Desde entonces venimos también en el proceso de expedir nuevos estándares de carácter sectorial, que lo que hacen es darte una descripción de una serie de sectores y una lista de probables temas críticos, importantes o técnicamente conocidos como materiales en cada una de las industrias.

Para eso se ha desarrollado un calendario de más de 40 sectores que serán desarrollados. En este momento ya están disponibles petróleo y gas, carbón, agricultura, y pesca. Estamos a punto de conocer el nuevo estándar de minería que contendrá 25 potenciales temas críticos relevantes para la industria. También estamos en proceso de desarrollar estándares sectoriales para banca, seguros y mercado de capitales y gestión de activos.

¿Cuál es la razón que motiva la creación de este estándar específico en relación con la minería?

El orden en que fue diseñado el calendario de actualización de estándares sectoriales corresponde a hacerse cargo primero de aquellos que tienen impacto



Andrea Pradilla
Directora del Global
Reporting Initiative
(GRI) Latinoamérica

mejores conocidos o más significativos en el desarrollo sostenible. Por eso encuentras primero la industria minera, la industria extractiva y la industria agrícola. Después vienen también bebidas, alimentos y 30 sectores más.

En el contexto peruano, ¿cómo ayudan estos estándares en los reportes de sostenibilidad de las empresas?

Lo que hace este estándar sectorial es

actualizar los temas relevantes para esta industria y decirle a cualquier empresa que opere en el sector que hay temas que son críticos en su reporte. Los estándares son una guía que hace que la empresa no tenga que partir de cero para imaginar cuáles pueden ser sus impactos. Lo que tendrán que hacer las empresas, entonces, es revisar cuáles son relevantes. Además, le da a las organizaciones un lenguaje común y si

se quiere una carrera hacia la cima de cómo mejorar constantemente.

Por otro lado, ¿cómo se maneja el concepto de doble materialidad en los informes de sostenibilidad corporativa?

El punto de partida de un reporte de sostenibilidad para una empresa debe ser entender cuáles son sus impactos en los componentes ambientales, sociales y económicos. Y con base en esos impactos priorizar sobre qué temas va a reportar. A eso se le llama materialidad.

Hay una segunda capa de esa priorización de temas de materialidad que se conoce como la materialidad financiera, la cual hace referencia a aquellos aspectos ambientales, sociales y económicos que tiene la capacidad de incidir de manera financiera en el desempeño de la organización.

¿En qué medida las empresas en Perú están actualmente abordando este aspecto, y cuánto queda por hacer para alcanzar un nivel óptimo en este ámbito?

Normalmente la doble materialidad se da más en las empresas que están listadas en mercado de capitales y que tienen que acceder a recursos en el extranjero. El concepto de doble materialidad es relativamente nuevo y yo creo que las empresas, las líderes en particular, están intentando avanzar en esa dirección.

En el caso de Perú, es resaltable que hay mucha pequeña y mediana empresa reportando y creo que eso es muy dicente del potencial que tiene el proceso de reporte como herramienta de gestión. Estamos todavía muy temprano para saber si lo están haciendo perfectamente o no, pero lo que queremos es que las empresas comiencen a hacerlo.

¿Cómo influye la normativa europea de reporte en la divulgación de información en empresas latinoamericanas?

Los últimos tres años hubo un acelerado crecimiento en la cantidad de normativa en el mundo y en Latinoamérica que busca que la empresa



En sostenibilidad existe la tentación de solo mostrar lo bueno y contar lo bueno.

rinda cuentas en temas ambientales, sociales y de gobernanza. La Unión Europea está siendo pionera a través de sus directivas de reporte. Es interesante porque la directiva en un principio cubre a empresas europeas. Invita u obliga a la empresa europea a reportar respecto a sus impactos en sus cadenas de abastecimiento, las cuales normalmente están fuera de Europa, muchas de ellas en América Latina.

¿Cuál es la importancia que tiene la presentación de reportes en las empresas?

Ahí es muy importante recordar por qué necesitamos reportar. No necesitamos reportar para cumplirle a un Estado o un Gobierno y que no nos sancione. El ejercicio de tener que medir lo social y lo ambiental necesitamos hacerlo porque estamos en una crisis planetaria y en una crisis social. Esa mirada en los grupos de contribución a grupos de interés nos va a ser más competitivos como empresas y nos va a permitir hacer lo correcto. Entonces yo creo que los procesos de reporte así se vuelven obligatorios.

¿Cuáles son otras ventajas clave que las empresas pueden obtener al llevar a cabo un riguroso proceso de reporte?

De ese proceso detona herramientas de gestión ahorros, mejoras en atracción y retención de talento, eficiencia en los procesos, por supuesto reputación. Al final se trata de ser una mejor empresa y más competitiva.

En sostenibilidad existe la tentación de solo mostrar lo bueno y contar lo bueno. Cuando tú estás ajustado a un estándar como el del GRI, que lleva 25 años de trayectoria, te enfrentas a contar lo que el estándar pide, no únicamente lo que tú quieres.

Entonces, al ajustarse un estándar, tú tienes que estar pensando en los impactos positivos que es maravilloso, ojalá los potencias, pero también en cuáles son los impactos negativos que debes mejorar. Yo diría que ahí están las ventajas, pero las ventajas no se dan del tema acá en abstracto genérico, se dan de hacerlo bien porque la sostenibilidad también se puede hacer mal. ..

OPEN: “EN 2023 TUVIMOS GRANDES AVANCES EN MEDIOAMBIENTE Y SOCIEDAD”

Open Impacta, Open Emerge, Open Lab y Open Salud son algunos de los programas que se han realizado este año.

Open, una de las principales cadenas de centros comerciales en Perú y Chile, ha reafirmado su compromiso con la sostenibilidad ambiental y social durante el último año en el Perú, implementando una serie de acciones con el objetivo de reducir su impacto en el medio ambiente e impactar positivamente en sus equipos, clientes y comunidades.

Como parte de su enfoque en el pilar ambiental, Open Plaza lanzó Open Impacta, con el objetivo de hacer un centro comercial más consciente y responsable con el futuro. Esta iniciativa abarca todas las acciones que la compañía ha ido desarrollando desde el 2013 en materia medioambiental, tanto en los ejes de circularidad y residuos como de acción por el clima, en los 20 centros comerciales de Chile y Perú. Open desarrolló una estrategia de descarbonización alineada con los pilares estratégicos del grupo Falabella y planteó retos hacia el 2035.

Dentro de las acciones trabajadas, todos los centros comerciales de Perú cuentan con una fuente de energía renovable desde inicio del 2023, mediante un contrato con la empresa Statkraft. Por otro lado, se implementó la primera estación de electrolineras en Open Angamos en noviembre de 2022 en alianza con Equans, para la carga de autos eléctricos, buscando así promover el uso de energía limpia en el país.

Por otro lado, Open tiene un compromiso con la gestión de desechos



evitando el envío de residuos al vertedero. Este año iniciaron con el tratamiento de sus restos orgánicos y están trabajando para abatir estos residuos en los centros comerciales con restaurantes y patios de comidas, ya iniciaron con un mall y van a cerrar el año con tres centros comerciales en Lima. Esto en alianza con Sinba, donde se adaptó la infraestructura del cuarto de residuos para la correcta segregación, recolección y aprovechamiento de residuos orgánicos e inorgánicos reciclables. A la fecha, Open ha dejado de enviar a vertedero 176.3 toneladas (entre orgánicos y reciclables) en sus tres malls de Lima.

Del mismo modo, pensando en sus clientes y vecinos, la compañía cuenta con “Puntos Limpios”, estaciones de reciclaje en Open La Marina, Angamos, y Atocongo que reciben plástico, vidrio, papel, car-

tón, entre otros; mientras que Open Pucallpa cuenta con un botellón de reciclaje de botellas de plástico.

“Estamos orgullosos de los logros alcanzados en nuestra gestión de residuos, de cómo hemos buscado alternativas de consumo eléctrico renovable y del trabajo con la comunidad, mejorando nuestro desempeño y reduciendo el impacto de nuestra operación durante este último año. En Open Plaza, creemos que es nuestro deber contribuir al bienestar del planeta y de las comunidades en las que operamos. Continuaremos trabajando para mejorar nuestras prácticas y reducir nuestra huella ambiental, manteniéndonos consecuentes con nuestras acciones y mejorando hábitos para que en conjunto podamos darle un respiro al medio ambiente”, afirmó Rosemarie Ríos, Jefe de Sostenibilidad Regional.

Apoyo a los emprendedores y la educación

En cuanto al apoyo a los emprendedores, Open se ha enfocado en potenciar y darles herramientas bajo Open Emergo, un programa que les brinda espacios rentables, comunicación en redes sociales y exhibición de sus puntos de venta de manera que se promuevan sus productos para generar impacto en la empleabilidad y la economía local.

Para Rosemarie, estas acciones demuestran que cuando el sector público y las empresas privadas se unen, se pueden lograr grandes cosas por el futuro del país. “A la fecha existe un total de 182 emprendedores de todo el país y se espera cerrar el año con más de 200 a nivel nacional, quienes han participado en capacitaciones presenciales dirigidas por *speakers* especializados en el rubro, abordando temas relevantes para el crecimiento de su negocio”, precisa.

Por el lado de la educación, nace en el 2021 la iniciativa “Haciendo Escuela en Open Lab”, un programa educativo para niños y niñas de escuelas públicas, el cual busca contribuir en el desarrollo de habilidades socioemocionales y fortalecer su aprendizaje. Este 2023 el programa viene funcionando los fines de semana, y llegó a las regiones de Lima, Pucallpa y Huancayo para reforzar el aprendizaje de matemática en estudiantes de segundo,

tercer y cuarto grado de educación primaria. Al cierre de este año, se ha logrado impactar en 1397 niños y 60 voluntarios a nivel nacional.

Además, en el 2022 se firmó un convenio con UNICEF, mediante el cual se busca contribuir con la difusión y respeto a los derechos de niñas, niños y adolescentes a través de diversas actividades en el mall, utilizando sus plataformas de comunicación, lo cual convierte a Open Plaza en la primera cadena de centros comerciales en el Perú en tenerlo.

Destacando la diversidad e inclusión en la campaña de Navidad

Finalmente, y en el marco de su campaña navideña, Open lanzó “Una

Navidad para todos es una Navidad más Open”, la cual busca destacar la diversidad de las familias peruanas y sus distintas formas de recibir una de las festividades más importantes del año. Frente a ello, realizaron el lanzamiento del cuento navideño inclusivo “Ema y una Navidad para Todos”.

“Open es una empresa que promueve la diversidad e inclusión de las personas tanto de manera interna con sus trabajadores como externa, hacia sus clientes. Siempre buscaremos desarrollar acciones que nos permitan fortalecer nuestra postura pues esta es una arista clave para nosotros y un compromiso diario con nuestra comunidad”, finaliza Ríos. ..





NUEVO JORGE CHÁVEZ: CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO TERMINAL AÉREO OPERA BAJO ESTÁNDARES SOSTENIBLES Y DE CUIDADO AMBIENTAL RECONOCIDOS POR EL SECTOR

Iniciativa, que ha permitido evitar la emisión del equivalente a más de 8 mil toneladas de CO₂ durante la construcción del Proyecto de Ampliación, gracias a la gestión y uso eficiente de agua, residuos, reciclaje y donaciones, ha sido premiada por reconocidas entidades nacionales e internacionales.

El Nuevo Jorge Chávez, uno de los proyectos más emblemáticos del sector infraestructura aeroportuaria en el Perú, avanza a paso firme con el nuevo terminal único de pasajeros alcanzando más del 60 % de su construcción. Asimismo, ya se alista la ejecución de proyectos comerciales complementarios que formarán parte de la primera Ciudad Aeropuerto de Sudamérica.

Los trabajos se llevan a cabo cumpliendo con los más altos estándares socioambientales tanto a nivel nacional como internacional, por lo que, con el objetivo de generar impacto positivo en las personas y el medio ambiente, la concesionaria Lima Airport Partners (LAP) ha

desarrollado el programa El Nuevo Jorge Chávez despegando con Sostenibilidad, que ha contribuido con la recirculación de recursos y materiales, el reaprovechamiento de reciclables, la donación de residuos para fines sociales y a evitar más de 8800 toneladas de emisiones de CO₂.

La iniciativa surgió ante la necesidad de encontrar alternativas adecuadas para dar tratamiento, de manera eficiente y sostenible, a las grandes cantidades de residuos como producto de los trabajos de construcción, antes de disponerlos a un relleno sanitario de seguridad. Esta gestión, que ha permitido ahorros importantes, además de tener beneficios sociales y ambientales, es posible gra-

cias a operadores autorizados que lograron insertar dichos residuos en un ciclo productivo, realizado por empresas que reciclan estos materiales. Así mismo, se ha reaprovechado el agua que no tenía uso para controlar la polución producida por el movimiento de tierras, se ha recuperado casi millón y medio de metros cúbicos en material propio de los terrenos para las actividades constructivas y se ha comercializado una gran cantidad de residuos metálicos que han vuelto a la vida como nuevo acero.

“En LAP, mantenemos firme nuestro compromiso con la conservación del medio ambiente y el cuidado de las personas; por eso, en línea con nuestro

Enfoque de Sostenibilidad, implementamos estrategias de consumo eficiente, reaprovechamiento de los recursos naturales y residuos y acciones para la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero, haciendo que el nuevo Jorge Chávez sea, desde su construcción, un aeropuerto con gestión sostenible”, sostuvo Karen Ganvini, Environmental Project Manager de LAP.

Es así que, gracias a los resultados obtenidos por El Nuevo Jorge Chávez despegó con Sostenibilidad, LAP ha sido reconocida recientemente a nivel nacional e internacional, ganando en la categoría Ambiental en la II edición de los Premios ESG y Sostenibilidad, otorgado por la revista peruana Semana Económica, y recibiendo el reconocimiento Green Airport del Consejo Internacional de Aeropuertos para América Latina y el Caribe (ACI-LAC). El primero destaca el compromiso con un modelo de negocio y una operatividad sostenible a los proyectos de las empresas más importantes del país, mientras que el segundo premia a los aeropuertos miembros que han desarrollado iniciativas ambientales sobresalientes con las mejores prácticas para

El dato

El Nuevo Jorge Chávez despegó con Sostenibilidad ha logrado evitar más de 8800 toneladas de emisiones de CO₂.

minimizar el impacto de sus operaciones en el entorno.

Para LAP, estos premios reconocen el esfuerzo y trabajo por convertir al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez en uno de los mejores terminales aéreos de la región. “Gracias a esta iniciativa y al trabajo en conjunto con nuestros aliados estratégicos, hemos recibido con mucho entusiasmo estos reconocimientos, que refuerzan la importancia de seguir trabajando unidos para que nuestras actividades tengan un impacto positivo en quienes nos rodean”, agregó Ganvini.

Es importante resaltar que los trabajos del Proyecto de Ampliación están alineados bajo exigentes estándares de cumplimiento socioambiental establecidos por la Corporación Financiera Internacional (IFC) y modelos de gestión como *Sustainable Airport Construction Practices* de la Airport Cooperative Research Program - ACRP, que evalúa las prácticas sostenibles para la fase de construcción de un proyecto aeroportuario. Cabe recordar que estas actividades también fueron distinguidas por el Ministerio del Ambiente en el 2021, cuando le otorgó a LAP el Premio Nacional Ambiental.

Finalmente, en cuanto a los avances de las obras, destacan la culminación de la instalación de concreto en el acceso del viaducto vehicular, la instalación de las fajas de equipajes y los puentes fijos para las mangas de conexión. Además, se ha completado la construcción de la estructura de concreto que conecta el Nuevo Jorge Chávez con el Acceso Puente Santa Rosa. Para el 2024, se tiene proyectado concluir con toda la construcción de fierro y cemento de la esperada Ciudad Aeropuerto..





Conectarse

PARA CRECER

Desde hace 13 años, Movistar reconoce a las iniciativas que impulsan el desarrollo de las localidades rurales del país a través del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.



+ 5000
emprendedores(as)
rurales capacitados(as)



+ 1400
iniciativas
identificadas



+ 100
proyectos
premiados

Conoce a los *ganadores 2023*:

Mujer emprendedora

"Atiptalla" - Cusco

Proyecto que brinda turismo rural comunitario (servicios turísticos, alimentación, hospedaje, entre otras actividades) para todos aquellos que buscan este servicio.

 [Conoce más aquí](#)



Educación

"Excuela" - Lima

Educación móvil escalable y asequible que utiliza un modelo de aprendizaje para llegar de manera dinámica y efectiva a personas con pocos hábitos de estudio, acceso limitado a la tecnología e incluso sin conexión a internet.

[Conoce más aquí:](#) 



Económico-productivo

"Llactamaki" - Huancavelica

Iniciativa que busca sacar adelante el trabajo de la mujer tejedora en Huancavelica y dar a conocer al mundo la artesanía textil del Perú. Con el uso de las TICs, se busca continuar expandiendo el crecimiento económico de sus artesanas ofreciendo ropa tejida a mano.

Gran Ganador (gracias a American Tower)

👉 [Conoce más aquí:](#)



Voto del público

"Chocuy" - Huánuco

Emprendimiento fundado por mujeres profesionales de ciencias de la salud e investigadoras, que desarrolla una gama de productos con alto valor nutritivo a base de cacao, hierro y cuy para combatir la anemia y la desnutrición.

[Conoce más aquí:](#)



Medio ambiente

"Sanilab" - Lima

Proyecto basado en economía circular que aborda la carencia de saneamiento y agua al transformar los residuos orgánicos en abono natural para fomentar y tecnificar el emprendimiento local en: forraje, florería, agricultura tallo alto y reforestación minera.

👉 [Conoce más aquí:](#)



Reconocimiento Especial "Internet para Todos"

"El Buen Sabor de las Dinámicas" - Ucayali

Emprendimiento de tradición familiar, dedicado a la elaboración de dulces, rosquillas, etc. derivados de la yuca. A partir de la necesidad de la comunidad elaboraron y produjeron variedad de panes, así como bocaditos regionales. Cuentan con página en Facebook donde promocionan sus productos.

[Conoce más aquí:](#)



COLEGIO SEGURO: PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA UTP FRENTE AL FENÓMENO EL NIÑO

En una primera etapa, más de 600 alumnos, docentes y directores han sido capacitados en materia de prevención y capacidad de respuesta ante desastres naturales o emergencias.



La prevención y preparación frente a desastres o emergencias de cualquier tipo es esencial en el Perú, especialmente si tomamos en cuenta la susceptibilidad a situaciones como la del fenómeno El Niño. Frente a este escenario, la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) contribuye, mediante su programa Colegio Seguro, a que las instituciones públicas escolares puedan estar mejor preparadas para afrontar circunstancias de esta naturaleza.

Colegio Seguro es un programa de responsabilidad social promovido por dicha casa de estudios y está dirigido a escuelas públicas en ocho regiones del país. Está diseñado con

el objetivo de fortalecer la capacidad de respuesta de los colegios ante situaciones de emergencia y brindarles herramientas especializadas como mapas de riesgos, señalización, rutas de evacuación, entre otras.

“Esta es una iniciativa desarrollada por la UTP como parte de sus programas de responsabilidad social para contribuir con la solución de una problemática que afecta a distintas regiones del país”, indica Jonathan Golergant, rector de la Universidad Tecnológica del Perú. En el desarrollo de esta iniciativa participan estudiantes de las carreras de Ingeniería, Arquitectura

y afines, quienes cuentan con la supervisión de sus docentes para actividades como la evaluación de la infraestructura de las instituciones educativas y las capacitaciones a directores, docentes y estudiantes de los niveles de 4to y 5to de secundaria en técnicas de primeros auxilios, rescate y evacuación de personas en riesgo frente a desastres naturales.

Jonathan Golergant resalta la importancia de Colegio Seguro en favor de la población en circunstancias donde se necesita apoyo y, sobre todo, capacidad de respuesta. De la misma manera, destaca el involucramiento de estudiantes, docentes y colaboradores de UTP, ya que esto

demuestra el genuino compromiso de la comunidad por sumar al bienestar del país.

“Además, como institución educativa, consideramos importante promover programas de prevención integral que tengan un impacto positivo en la población. Para ello, la participación de la comunidad universitaria es clave y, en este programa, contaremos con estudiantes y docentes de nuestros diferentes campus a nivel nacional”, agrega.

Vale precisar que en cada uno de los *campus* UTP, donde se desarrolla el proyecto, existe un líder o lideresa de brigada, que es responsable de la implementación. Su función es acordar con el director de *campus* y la UGEL cuáles serán los colegios seleccionados, además de planificar y supervisar la actividad de campo y actuar como guía de los estudiantes y voluntarios UTP. Asimismo, se tiene en cuenta la participación de otros docentes o colaboradores UTP, ya sea para la supervisión de la elaboración del mapa de riesgos, señalización y vías de evacuación en las instituciones educativas.



Jonathan Golergant
Rector de la Universidad
Tecnológica del Perú

El programa Colegio Seguro comprende:

- Capacitación en gestión de riesgos, primeros auxilios, rescate y evacuación de personas.
- Revisión técnica de infraestructura del colegio.
- Entrega de mapa de riesgos, señalización y vías de evacuación.
- Preparación de voluntarios en primeros auxilios, rescate y evacuación.

El rector de la UTP, por otro lado, también subraya los aprendizajes que reciben los estudiantes universitarios al formar parte de Colegio Seguro. Además de contribuir a la salud y seguridad de miles de escolares, también adquieren conocimientos vitales que pueden aplicar en una situación de emergencia, a lo que se suma el fortalecimiento de diferentes habilidades blandas al trabajar en el manejo de grupos de personas.

“Los estudiantes que participan en Colegio Seguro no solo aprenden nuevos conocimientos y técnicas para el manejo de emergencias, desastres naturales, primeros auxilios, entre otros, sino que también obtienen competencias para el manejo y capacitación de grupos, organización, liderazgo, comunicación asertiva, y trabajo en equipo, entre otras”, manifiesta.

Para Colegio Seguro es esencial articular con las entidades correspondientes para realizar en óptimas condiciones cada una de las actividades que se planifican. Por ello, se establecen alianzas con las UGEL de cada provincia para la selección y asignación de las instituciones educativas. ..



“SOMOS UNA EMPRESA COMPROMETIDA CON SU ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD”

Jorge Lazo Arias, gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Pacífico Seguros, destacó los notables logros y compromisos de la compañía durante el 2023.

Desde reconocimientos hasta programas impactantes de educación y prevención, reveló el enfoque integral de Pacífico Seguros hacia el bienestar social y su continuo impulso hacia la excelencia en el sector asegurador.

POR DENISSE TORRICO
dtorrico@stakeholders.com.pe

¿Cuáles fueron los logros más destacados de Pacífico Seguros durante el año 2023?

Ha habido muy buenos logros en diferentes partes del año y con relación a diferentes temas. En cuanto a reconocimientos creo que el objetivo que teníamos nosotros de ser reconocidos por la estrategia de impacto en la sociedad tuvo tres grandes momentos en el año.

¿Podría destacar algunos de los logros y reconocimientos más significativos que su entidad ha alcanzado en el transcurso de este año?

Primero, obtuvimos el Distintivo Empresa con Gestión Sostenible y un reconocimiento en Diversidad e Inclusión por el Programa de Comunidad Segura, el cual es un programa que está dentro de la plataforma de Educación y Prevención de Pacífico Seguros.

¿En qué consiste este programa?

La plataforma de Educación y Prevención tiene tres iniciativas. Tiene Comunidad Segura, el ABC de Pacífico y Protege 365. Comunidad Segura es la base de este programa, ya que buscamos capacitar y educar a la población, especialmente a líderes comunitarios y población de zonas vulnerables, sobre la importancia de la prevención. Pacífico tiene un rol clave en ser el promotor de una cultura de prevención en el país y como tal nuestro primer programa dentro de la plataforma de Educación y Prevención, que es Comunidad Segura, ha logrado cosas muy interesantes.



Jorge Lazo Arias
Gerente de Asuntos
Corporativos y
Sostenibilidad de
Pacífico Seguros

¿Cuántas personas se han beneficiado gracias a este programa?

Este año hemos capacitado, solamente en temas de prevención, a más de 35 000 personas. Sin embargo, como parte de este programa tuvimos tres momentos claves. El primero fue el Ciclón Yaku, en marzo, donde desplegamos opciones de comunidad segura, nos unimos a Hombro a Hombro, a Oli y ayudamos a más de 4000 damnificados. Contribuimos con ellos también de forma económica y mediante mensajes de cómo actuar frente a este tipo de eventos. Además, utilizamos horas de voluntariado y logramos impactar con todas las acciones que hicimos a más de 13 000 personas.

En esa línea, ¿qué otras acciones destacan? ¿Han considerado entre ellas el fenómeno El Niño?

A lo largo del año empezamos a trabajar con líderes comunitarios y también con familias y negocios en talleres digitales, en capacitaciones y en ferias de sensibilización. Hemos capacitado en Comunidad Segura a más de 114 mil personas. Finalmente, en relación al fenómeno El Niño, a partir de junio, desplegamos una estrategia. Empezamos a trabajar en la preparación. Capacitamos a casi 30 funcionarios de 10 municipios de Piura, La Libertad y Lima sobre cómo gestionar y solicitar un presupuesto a las entidades públicas respectivas, así como en la

capacitación que puedan brindar a sus respectivos municipios. Solo esta acción logra un impacto más de 600 000 personas. No nos quedamos solo en capacitar a los municipios, sino también dentro realizamos ferias comunitarias, teniendo una asistencia de 2000 personas.

¿Qué tan importante fue el trabajo en equipo para obtener estos resultados?

Me gustaría destacar que todo este esfuerzo que he contado, todos los logros y el reconocimiento es un trabajo en conjunto no solo del área de sostenibilidad, sino también de la gente comprometida de las diferentes áreas de negocio de la compañía. La estrategia de sostenibilidad de Pacífico no solo pertenece al área de sostenibilidad, está a cargo de toda la organización. De hecho el desarrollo de nuevos productos, de mejoras de experiencia del usuario, del compromiso con capacitaciones, está incluida en todas las áreas. Incluso también en nuestros voluntarios de Pacífico. Esto nos llevó a ser reconocidos como el único voluntariado corporativo del Ministerio de la Mujer por el programa de Comunidad Segura. Sin su trabajo no podríamos hacer tanto. Somos una empresa comprometida con su estrategia de sostenibilidad.

¿Cómo contribuye la compañía al bienestar de la comunidad?

En Pacífico tenemos un compromiso, por la naturaleza de negocio, de proteger a las personas, y para esto en el 2021 desarrollamos una nueva categoría de seguros al que llamamos “Seguros para todos”. Estos son seguros indemnizatorios que se han ajustado a las necesida-



des de las personas más vulnerables y que tienen un precio desde un sol hasta 30 soles. Son seguros que pueden ayudarte a proteger tu familia, tu salud, tu vida y tu negocio. Estos seguros han sido desarrollados con una alianza a través de BCP y de Mi Banco que nos permiten tener un mayor alcance.

¿Cuál ha sido la acogida de este producto?

En Pacífico tenemos más de 5 millones de clientes, más de dos millones provienen de algún tipo de “Seguro para todos”. Esta acción nos ha permitido crecer de una gran manera y nos ha traído reconocimientos. Hemos sido reconocidos en Empresas que Transforman este año. Dentro de las 32 iniciativas reconocidas, somos la única en el sector asegurador. Además, hemos recibido el reconocimiento de Creatividad Empresarial, que es un premio organizado por la UPC. Entonces, sin duda, creemos que estamos generando un impacto en la sociedad desde la parte de inclusión y

también un impacto en la parte de reputación de la marca.

¿Cuáles son las metas y perspectivas futuras de Pacíficos Seguros?

La verdad que sentimos, y eso es algo que siempre dice nuestro gerente general, que no es suficiente. Las cosas que venimos haciendo están trayendo buenos resultados de negocios, están dando buenos resultados en reputación y hay impacto en la marca, pero buscamos hacer más.

Hoy creo que estamos trabajando para avanzar en ese objetivo de generar esa cultura de prevención y a partir de eso es que esas acciones sean un gatillador para generar también inclusión. Hoy, menos del 2 % del PBI representan las personas que tienen un seguro, hay una gran cantidad de población que aún no está asegurada y tenemos esa oportunidad de seguir fomentando que más personas se aseguren a partir de desarrollar productos.

¿Qué estrategias piensan implementar para mantener o mejorar su posición en el mercado?

Creo que asociado a lo que te comentaba, que no es suficiente en la parte de inclusión, nosotros tenemos pensado lanzar cuatro productos nuevos el próximo año. Estamos desarrollando también nuevas iniciativas en otra categoría de productos y de repente también con otras alianzas para poder llegar a más personas que nos permitan seguir completando nuestro propósito de proteger la felicidad de las personas...



“ISA REP MANTIENE COMPROMISOS FIRMES CON LA SOSTENIBILIDAD”

Cecilia Tagata Silva, gerente de Sostenibilidad y Comunicaciones en ISA REP, hace un balance del desempeño ESG de la compañía durante este 2023, así como habla acerca de los nuevos proyectos adjudicados, los reconocimientos recibidos, las expectativas al 2024, entre otros puntos en esta entrevista.

¿Cuál es el balance del 2023 en su estrategia de sostenibilidad?

ISA REP mantiene compromisos firmes con la sostenibilidad y este año no ha sido la excepción. Hemos trabajado bajo un enfoque ESG, destinando esfuerzos para cada ámbito. En el eje medioambiental, podemos destacar nuestras acciones de conservación y mitigación. Actualmente, somos una empresa carbono neutral, que busca seguir reduciendo sus emisiones. Socialmente, nuestra gestión estuvo orientada a ejes de Educación, Desarrollo Local, Infraestructura Social y Acción por el Clima, con varios proyectos en cartera, tales como Praderas de Vida, Familias Bio Productivas y Conexión Jaguar. Por último, hemos tenido una gobernanza transparente, la cual puede ser fácilmente comprobada a través de nuestros códigos y políticas que son de acceso público.

De esta manera, no solo somos una empresa abocada a la transmisión en alta tensión, sino que también queremos mejorar la vida de las personas a través de programas de iniciativas innovadoras y sostenibles, que amplifiquen el bienestar y desarrollo de los territorios donde tenemos presencia.

¿Qué rol juega la innovación en la búsqueda de la gestión sostenible?

Para nosotros innovar es ser capaces de conectar, de usar nuestros recursos y creatividad para mejorar nuestras operaciones, para crear puentes entre las personas y convertirnos en soluciones perdurables en el tiempo. En este contexto, en ISA REP a través de la innovación con propósito buscamos fomentar la creatividad y encontrar soluciones eficientes para



Cecilia Tagata Silva
Gerente de Sostenibilidad y Comunicaciones en ISA REP

lograr nuestra excelencia operacional y el desarrollo de nuestros grupos de interés.

¿Qué iniciativa destaca en torno a sus grupos de interés?

Uno de los proyectos más significativos fue el que buscaba resolver el desafío para una comunidad de nuestra área de influencia que requería tener acceso a un insumo para la preparación de sus alimentos, así se buscó promover el mercado de bio abono orgánico (biol) y biogás, mediante el uso de biodigestores en la comunidad de San Sebastián de

Quera, Huánuco. Con esta iniciativa más de 300 personas ahora pueden proteger y fortalecer sus cultivos, además de utilizar gas orgánico y vender “Biol de Quera” generando nuevos ingresos para sus familias.

Otro proyecto motivador es “Comunidades Digitales”, que busca brindar capacidades técnicas y de gestión a los agricultores del Centro Poblado La Merced de Patay, Huancavelica, para fortalecer su actividad agrícola e impulsar su mejora económica, donde 30 agricultores de palta hass han sido beneficiados.

De los nuevos proyectos adjudicados, ¿cómo van a impactar en este esfuerzo de la compañía por afianzar la gestión sostenible de la operación?

Gracias a nuevos proyectos tales como enlace 500 Kv San José-Yarabamba, enlace 220 KV Piura Nueva- Colán, enlace 220 KV Belaunde Terry- Tarapoto Norte y el proyecto denominado internamente Toce Cepi, que comprende los proyectos enlace 500 kV Huánuco – Tocache – Celdén – Trujillo y enlace 500 kV Celdén – Piura, todos recientemente adjudicados, podemos impulsar la transición energética que actualmente es nuestra prioridad en la estrategia al 2030.

¿Qué beneficios contempla el desarrollo de los proyectos mencionados?

Este proceso es de suma importancia porque aporta valor a la sociedad y al medioambiente a partir de la reducción de las emisiones CO₂, que mejora la calidad del aire, genera más empleo en las industrias de energía renovable y promueve mayor innovación de tecnologías limpias y eficientes. Los nuevos proyectos que han ingresado al portafolio de ISA REP contribuyen al fortalecimiento de la red eléctrica del país, asegurando que más peruanos tengan acceso a energía en sus hogares y negocios, para poder seguir impulsando su desarrollo.

Desde la experiencia de su sector, ¿qué procesos de vanguardia se viene desarrollando a nivel local?



La organización Lima Como Vamos reconoció al proyecto "Praderas de Vida" de ISA REP con el prestigioso Premio Ciudad al Liderazgo Urbano 2023, en la categoría Contribución Urbana. Este distintivo resalta el compromiso de la iniciativa por generar un impacto positivo en la comunidad por su contribución al desarrollo sostenible y empoderamiento de mujeres y adultos mayores en San Juan de Miraflores.



Creo que la forma en cómo vemos el sector ahora difiere mucho de cómo lo veíamos hace 10 años. Ahora somos más conscientes de los cambios urgentes que hay que hacer para enfrentar el cambio climático. Actualmente desplegamos esfuerzos por llevar energía a todo el Perú, sin contaminar. Incorporamos tecnologías y fuentes de energía limpias en nuestras operaciones para tener el menor impacto ambiental posible. En eso consiste nuestra contribución por el cuidado del medio ambiente y lo venimos desarrollando con los mejores estándares de calidad y de manera responsable.

¿Cuáles son los reconocimientos que han obtenido por sus buenas prácticas ESG?

El 2023 ha sido muy productivo en términos de premiaciones. ISA REP que ya

ostentaba un reconocimiento del Ministerio de Ambiente por la reducción de su huella de carbono, este año sumó otros de gran importancia. Nuestras buenas prácticas medioambientales fueron reconocidas por Perú Sostenible como Empresa con Gestión Sostenible, gracias a nuestro aporte en el ámbito ESG. Otro gran momento para ISA REP fue la publicación del Ranking Merco, donde nos ubicamos dentro del TOP 100 de Empresas y Líderes 2023, ocupando el 4to lugar en el sector energía. Finalmente, destacamos en el Perú Golden Awards por nuestra gestión en la emisión de bonos internacionales, lo que da cuenta de una eficiente gestión financiera.

¿Qué desafíos vienen en el 2024 en lo que respecta al cumplimiento de su programa ESG?

Nuestros programas de ESG son el centro de nuestro negocio y como tal cuenta con mucha relevancia que nos lleva a realizar inversiones importantes para darle continuidad y seguir generando los resultados esperados en las comunidades en donde impacta cada uno de ellos. Consideramos que el 2024 se muestra retador no solo por las condiciones climatológicas que se prevén, sino además por la coyuntura político económica. Sin embargo, desde ISA REP se continuará desplegando todos los esfuerzos para cuidar lo que menos se ve y esto se traduce en seguir trabajando para mejorar la calidad de vida en nuestra área de influencia, aportando en el desarrollo de las regiones donde estamos presentes. ..

“FUNDACIÓN CABIFY SURGE CON EL PROPÓSITO DE IMPULSAR MEJORES CIUDADES Y PROTEGER ENTORNOS DE ESPECIAL VALOR AMBIENTAL”

David Pérez, sénior VP de Stakeholders Relations de Cabify & miembro del Directorio de Fundación Cabify, comenta a continuación el propósito con el que nace la fundación. Señala que esta iniciativa estará presente en todos los países de la región donde la compañía de *ride hailing* opera.



¿Con qué propósito se crea la Fundación Cabify?

Cabify, plataforma de movilidad por aplicativo, da un nuevo paso con la Fundación Cabify, la primera fundación en el mundo impulsada por una empresa de *ride hailing* (apps de movilidad).

Con el fin de reforzar el compromiso medioambiental, social y tecnológico de la compañía más allá de la movi-

lidad, Fundación Cabify surge con el propósito de impulsar mejores ciudades y proteger entornos de especial valor ambiental. Así, mientras que Cabify busca mejorar la movilidad en las ciudades a través de diferentes modos de transporte sostenible, Fundación Cabify pretende mejorar la forma de habitar nuestras ciudades y de relacionarnos con el entorno que nos rodea.

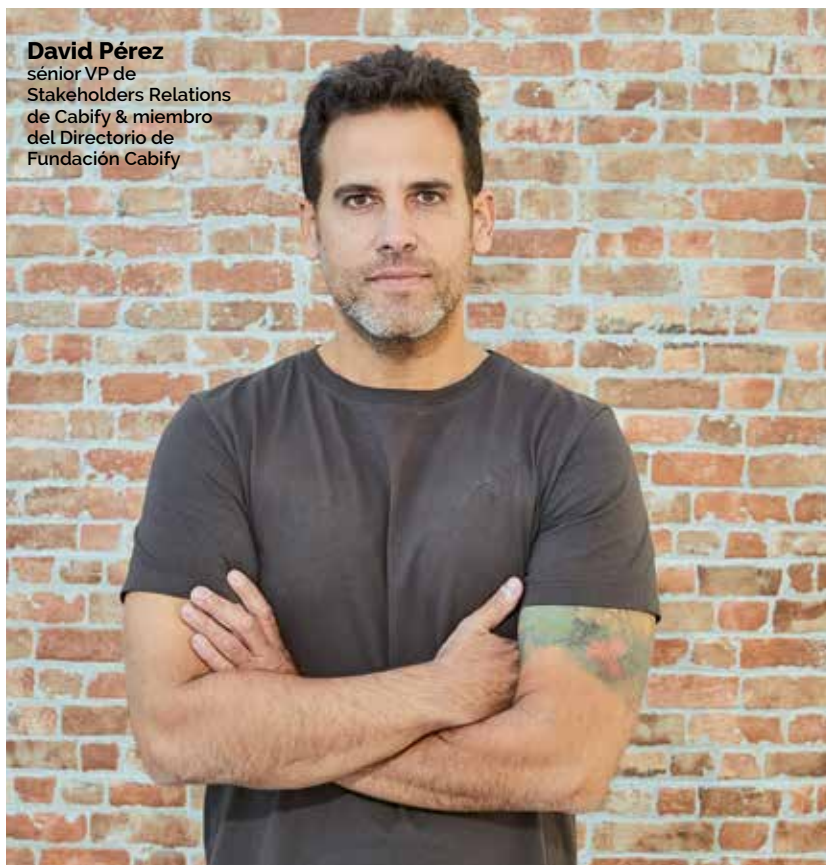
¿Cuál es el alcance en la región? ¿A qué grupos de interés se proyectan beneficiar?

Fundación Cabify estará presente en todos los países donde actualmente opera Cabify. Así, llevaremos a cabo proyectos propios y compartidos con otras entidades en Perú, Colombia, España, Argentina, Chile, México y Uruguay. Se proyecta beneficiar y colaborar con diversos grupos de interés, incluyendo administraciones públicas, las ONG, colectivos y comunidades y proyectos comprometidos con la transformación positiva de las ciudades.

¿En qué pilares o aspectos de la estrategia de sostenibilidad de la compañía se encuentra esta apuesta? ¿Cómo encaja con las actividades de Cabify?

Por otro lado, Cabify como empresa cuenta con una estrategia de negocio sostenible dividida en tres pilares: Personas, Planeta y Prosperidad. Las acciones que parten de esta estrategia buscan hacer de las ciudades un mejor lugar para vivir desde la perspectiva de la movilidad y la tecnología. A diferencia de la compañía, Fundación Cabify va más allá de los temas relacionados a movilidad únicamente, ampliando el campo de acción para abordar otros tópicos importantes al desarrollo de ciudades, con la intención de tener un impacto más integral y de mayor alcance.

En estos objetivos que se plantean, ¿qué importante resulta involucrar y establecer alianzas con otros actores?



David Pérez
sénior VP de
Stakeholders Relations
de Cabify & miembro
del Directorio de
Fundación Cabify



Las sinergias y el trabajo articulado con *stakeholders* de diversa índole son de vital importancia para conseguir resultados de manera más eficiente. Asimismo, el llamado a la conciencia y la sensibilización de aquellos grupos que aún no dimensionan la necesidad de tomar acción a favor de la mejora de entornos es un trabajo que debe hacerse en paralelo para así ganar más aliados comprometidos con el propósito. Por último, es importante cuestionarse cómo estamos hoy y cómo apuntamos a estar, visibilizar las problemáticas del entorno para plantear soluciones innovadoras que nos lleven a un mejor escenario.

Precisamente, ¿a qué ODS contribuyen desde las actividades de la Fundación?

Fundación Cabify busca contribuir a varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre los principales destacan el ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y ODS 13 (Acción por el clima).

Cuentan ya con un primer proyecto en el país. ¿En qué consiste este y cuál es su estatus?

Fundación Cabify ya está ejecutando sus primeros proyectos en la mayoría de los países en los que tiene operaciones y entre ellos se incluye nuestro país. En Perú, con la ayuda de la fundación am-



biental Red de Árboles, realizaremos la siembra de 275 árboles en la zona costera de Cañete, con el fin de contribuir con la reforestación de un área afectada por riesgos naturales y actividades humanas.

¿En qué fechas tienen proyectado implementar esta siembra?

Proyectamos que durante el primer trimestre del próximo año se realice el trabajo de preparación del área y sembrado. Además, sumaremos al equipo local de Cabify a esta dinámica, invitándolos a participar de la jornada de sembrado de los primeros 100 árboles a través de voluntariado corporativo.

A lo largo del tiempo, ¿a qué otro tipo de proyectos piensan apoyar o gestionar?

Desde Fundación Cabify tenemos la in-

tención de apoyar diferentes iniciativas en los países en los que operamos en torno a 3 ámbitos de actuación principales. Por un lado, la Fundación busca proteger áreas naturales en espacios urbanos y rurales para salvaguardar la salud tanto de las personas como del entorno. En este eje se enfoca el primer proyecto que hemos activado en Perú.

¿Qué otros tipos de iniciativas planean promover o desarrollar?

Además, abordaremos proyectos relacionados con la renovación de espacios urbanos para mejorar la calidad de vida y la convivencia en armonía, dedicando una especial mirada a los jóvenes y colectivos vulnerables. Por último, tenemos la visión de que la tecnología y la innovación son herramientas claves para las ciudades y fomentaremos esa colaboración.

Finalmente, ¿qué expectativas tienen en esta articulación con Red Árboles?

Fundación Cabify se encuentra dando estos primeros pasos con energía y nos alegra contar con una iniciativa activa en Perú junto a Red de Árboles para cuidar el entorno natural. A partir de ahora, esperamos conectar y reflexionar junto a diferentes agentes sociales y progresivamente desarrollar otras áreas de actuación....

CAJA AREQUIPA ABRE PRIMERA AGENCIA INCLUSIVA EN LIMA

La entidad microfinanciera abre oficina que brinda especial atención a personas con discapacidad visual y auditiva. Se espera seguir abriendo más agencias a nivel nacional.

● Cerrando el año 2023 con un hito trascendental, Caja Arequipa dio un paso significativo hacia la sostenibilidad al abrir las puertas de su primera agencia inclusiva en Lima. Ubicado en San Borja, este innovador espacio no solo representa un avance en términos de accesibilidad, sino también simboliza el compromiso de la entidad con la diversidad y la equidad.

La inauguración fue encabezada por la presidenta de Directorio, Maria Pia Palacios, Víctor Hugo Rivera, presidente de la Junta de Accionistas, gerentes mancomunados y principales funcionarios. También participaron el Sr. Fernando Llamosas Bellido, regidor de la Municipalidad de San Borja, autoridades del sector financiero, clientes y miembros de la comunidad con discapacidad visual y auditiva.

A través de esta nueva iniciativa, la institución busca ampliar su alcance, acercando sus servicios a una gama más amplia de personas y promoviendo un entorno financiero más inclusivo en la capital peruana.

“En el Perú, más de 3.6 millones de personas tienen alguna discapacidad. De ellos, el 47% tiene discapacidad visual y más de 500 mil cuentan con discapacidad auditiva. Caja Arequipa no solo está comprometida con la inclusión financiera, buscamos trascender en la vida de las personas, contribuyendo al cierre de brechas sociales promoviendo acciones concretas en favor de la inclusión” señaló Maria Pia Palacios, presidenta del Directorio.

Atributos inclusiva y eco sostenibles

La nueva agencia inclusiva de Caja

Arequipa se distingue por su atención especial a las personas con discapacidad auditiva. Se les ofrece un protocolo especial de atención, un equipo capacitado y videos informativos en lengua de señas peruanas. Además, se da la bienvenida en lengua braille al público con discapacidad visual.

Entre sus atributos eco sostenibles, destaca como la primera agencia fotovoltaica en Lima, utilizando paneles solares para ahorrar el 30% de energía eléctrica en sus operaciones. También cuenta con estaciones de reciclaje de residuos, políticas para reducir el consumo de papel y plástico. Según Marco Lúcar Berninzon, gerente central de Administración y Operaciones de Caja Arequipa, al año se reciclan alrededor de 40 a 50 toneladas de desperdicios.

“Contamos con contenedores de reciclaje adentro y afuera de nuestras oficinas, así no solo reciclan los clientes y trabajadores, sino también las personas de la comunidad. Este sistema lo teníamos en algunas oficinas, pero en el 2023 se desplegó a toda la red”, mencionó a esta revista.

Las oficinas también son pet friendly. La nueva agencia inclusiva y los atributos eco sostenibles se encuentran en Aviación 2647, San Borja, atendiendo de lunes a viernes de 9:00 a 6:00 p.m. y sábados de 9:00 a 1:00 p.m.

Una visión a futuro

Caja Arequipa consolida su cobertura nacional, siendo la agencia San Borja la número 212 en el Perú y la 43 en Lima. Marco Lúcar explicó que se prevé seguir ampliando este tipo de oficinas en los próximos dos años.



“Seguiremos los trabajos en los próximos dos años. Los estudios realizados revelan que casi el 80% o 90% del país permite el tema de energía fotovoltaica. Tenemos pensado abrir una más en San Isidro y en Arequipa estamos remodelando dos oficinas”, reveló para Stakeholders.

Además, a partir del 2024, todas las oficinas incorporarán el sistema fotovoltaico, de señas y serán pet friendly.

“Estamos trabajando con los parámetros de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que rodean al sistema financiero. Actualmente somos acreedores de la certificación Huella de Carbono nivel 2, otorgado por el Ministerio del Ambiente. Estamos optando por el nivel 3. Asimismo, desde este año, somos parte de Perú sostenible”, comentó Lúcar.

Camino trazado

En un mundo donde la responsabilidad social y ambiental se han conver-



tido en pilares fundamentales de las instituciones financieras, Caja Arequipa emerge como un referente de compromiso con la sostenibilidad en el ámbito financiero. La entidad, con una sólida trayectoria en servicios bancarios, ha trascendido las fronteras tra-

dicionales de la banca para abrazar un enfoque integral que promueve prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

“Crecer en temas de sostenibilidad. Queremos hacer agencias más inclusivas y ya no solamente hablar de inclusión financieras, sino abrir la palabra en inclusión, porque nosotros naturalmente hacemos inclusiones financieras, pero ya comenzamos a pensar en otras inclusiones”, comentó la presidenta de Directorio, Maria Pia Palacios.

Si bien es consciente de que la cultura de sostenibilidad no se genera de la noche a la mañana, considera que la sostenibilidad es parte del ADN de la institución. “Caja Arequipa tiene un ADN sostenible por naturaleza dado a su doble propósito social”, indicó.

Desde sus inicios, Caja Arequipa ha demostrado un firme compromiso con el bienestar social y el desarrollo económico sostenible, marcando la pauta en la industria financiera peruana.

Palacios explicó que la financiera viene trabajando en la inclusión financiera de las mujeres, ya que el 70% de las microempresas son dirigidas por mujeres. “Lo que hemos empezado a desarrollar son productos de género”, añadió. ..

La nueva agencia inclusiva de Caja Arequipa se distingue por su atención especial a las personas con discapacidad auditiva.



CONCURSO NACIONAL DE MATEMÁTICAS ACEROS AREQUIPA: LA COMPETENCIA EDUCATIVA CON MÁS DE 5000 ESCOLARES INSCRITOS A NIVEL NACIONAL

Los estudiantes que participaron en la competencia representaron a 22 regiones a nivel nacional como miembros de distintos Clubes de Ciencias de Concytec.

En el marco de su compromiso con la sostenibilidad y el fortalecimiento de la calidad educativa, Corporación Aceros Arequipa (CAASA) en alianza con Concytec, la Sociedad Matemática Peruana (SMP), Empresarios por la Educación y el respaldo del Ministerio de Educación – MINEDU como ente rector, realizó la primera edición del “Concurso nacional de matemáticas Aceros Arequipa”. El concurso se desarrolló en 3 etapas: Etapa UGEL, Etapa Regional y Etapa Nacional y se lanzó el 22 de julio y la final fue el 23 de septiembre del 2023.

“Desde Aceros Arequipa estamos orgullosos de ser los principales promotores del concurso y testigos del esfuerzo y la motivación de los estudiantes. Agradecemos a las instituciones aliadas e invitamos a más empresas privadas a contribuir con el talento de más niños y niñas peruanos”, señaló Tulio Silgado, gerente general de CAASA.

Los estudiantes que participaron en la competencia representaron a 22 regiones a nivel nacional como miembros de distintos Clubes de Ciencias de Concytec. Las cuatro categorías del concurso fueron de 6to grado de primaria a 5to de secundaria: “Huk”, “Iskay”, “Kinsa” y “Tawa”.

Durante la Etapa UGEL se reconoció al primer y segundo lugar de la categoría Huk (6to de primaria); y clasificaron 397 jóvenes, todos miembros de 206 Clubes de Ciencia de Concytec. La Etapa Regional del concurso se dio a nivel de Direc-



ciones Regionales de Educación (DRE/GRE), en donde el primer y segundo puesto de las categorías Iskay y Kinsa (de 1ro a 4to de secundaria) fueron premiados con tablets, mochilas y un diploma. Por otro lado, los estudiantes ganadores de la categoría Tawa (5to de secundaria) clasificaron a la etapa nacional y final del concurso.

Final del concurso

La Etapa Nacional se disputó entre 44 jóvenes de la categoría Tawa (5to de secundaria), provenientes de 22 regiones, quienes viajaron a la ciudad de Lima con todos los gastos pagados para rendir la prueba final, gracias al apoyo de CAASA. El primer lugar lo obtuvo Edson André Cuela Quispe, del colegio Juan Guerrero Quimper de Lima, quien se hizo acreedor a S/. 50 000. El segundo lugar se lo llevó Alexis Anthony Aquines Huerto, estudiante del Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú

de Lima, quien se llevó S/ 15 000. Asimismo, recibieron una laptop y una mochila cada uno, y del tercer al sexto puesto se les otorgó una laptop más mochila para cada uno. Además, el club de ciencia, al que pertenece el estudiante que ocupó el primer puesto, adquirió una membresía de un año en una plataforma educativa de CONCYTEC.

Más iniciativas pro a la educación

Con el compromiso de responsabilidad social, el fortalecimiento educativo es uno de los grandes ejes de acción en Aceros Arequipa. Este concurso es una de las diversas iniciativas educativas que se desarrollan, la empresa también brinda programas de becas en alianza con la UTEC, un programa de capacitación en herramientas digitales dirigido a docentes de Pisco en alianza estratégica con SENATI y proyectos de capacitación ambiental. ..

CIENCIA DE DATOS: LA PROFESIÓN MÁS ATRACTIVA DEL SIGLO XXI

Desde hace cinco años, BREIT, una iniciativa incubada en Aporta, la plataforma de impacto social de Breca, en colaboración con el MIT IDSS, viene formando profesionales en ciencia de datos en el Perú.

POR LUCIA HARO
Gerenta de BREIT

En la actual era digital, la ciencia de datos se ha convertido en un pilar esencial para impulsar el desarrollo económico y fortalecer la competitividad de los países. Sin embargo, en el Perú aún existe una significativa brecha de habilidades digitales.

Según el *Estudio Talento Digital* de Es Hoy¹, el 79 % de las empresas enfrentó dificultades para llenar sus vacantes digitales (Novella y Rosas-Shady, 2022); de otro lado, las habilidades más escasas entre los trabajadores de las empresas son las digitales (61 %) y las socioemocionales (20 %)². Además, el *Estudio de Madurez Digital* de EY (2022)³ reveló que, en el 2021, 49 % de las empresas consideraba la falta de personal capacitado como la limitante más frecuente para iniciar un proyecto de transformación digital.

Con el fin de reducir la brecha y promover un ecosistema de ciencia de datos en el país, hace cinco años nació BREIT, una iniciativa filantrópica que se ha dedicado a formar talentos peruanos en el campo de la ciencia de datos. Hasta la fecha, 185 estudiantes peruanos se han formado en esta institución.

Los estudiantes reciben una educación integral que combina formación técnica de primer nivel en ciencia de datos y analítica avanzada en alianza con el MIT Institute for Data, Systems and Society (MIT IDSS) con una formación en habilidades globales (*soft skills*), que son claves para un perfil de científico de datos.



Recientemente, visité con el director general de Aporta, Ivo Saona, este prestigioso centro de estudios ubicado en Boston, Estados Unidos, y sostuvimos reuniones con el equipo del instituto responsable de la formación técnica impartida a los talentos peruanos en BREIT. Fue una oportunidad excepcional para fortalecer nuestra relación con el MIT IDSS, lo que impactará en la formación de nuestros talentos.

Gracias a esta alianza, los estudiantes del programa no solo tienen acceso a una educación de primer nivel con profesionales peruanos, sino que también tienen la oportunidad única de participar en clases virtuales impartidas directamente por instructores del MIT IDSS.

Mejora en la toma de decisiones basadas en datos

La ciencia de datos facilita una toma de

decisiones informada mediante el análisis riguroso de grandes cantidades de información que en el pasado resultaba imposible de procesar; convirtiendo la información en conocimiento valioso. De esta manera, una sociedad que fomente la ciencia de datos entre sus estudiantes logrará mayores ventajas en la carrera por la competitividad.

La ciencia de datos es uno de los campos de más rápido crecimiento a nivel global. En este sentido, no es sorprendente que la Harvard Business Review considere al científico de datos como la “profesión más atractiva del siglo XXI”. Según el informe *The State of Data Science and AI Hiring 2023* de Burning Glass Technologies, el campo de ciencia de datos está experimentando un crecimiento exponencial en Perú y en todo el mundo, con una tasa de crecimiento anual promedio de empleos en ciencia de datos a nivel nacional del 34 %, superando la tasa global del 28 %.

La construcción de una cultura de ciencia de datos en Perú es una capacidad que nos permitirá como país una toma de decisiones informada, que impulsa la innovación, optimiza recursos, estimula el desarrollo económico y aborda problemas sociales, forjando así un futuro más próspero y sostenible. BREIT asume este desafío con el firme compromiso de seguir formando nuevos profesionales en ciencia de datos que se conviertan en agentes de cambio para el crecimiento del país. ..

¹ Novella, Rosas-Shady. BID, Es Hoy, MIDE (2022). Estudio Talento digital en el Perú 2022

² Novella, Rosas-Shady. BID, Es Hoy, MTPE, MIDE (2023). Estudio Talento digital en el Perú 2023

³ EY (2022). Transformación con sentido digital 2022: Madurez digital en el Perú

CREATIVIDAD EMPRESARIAL UPC: ESTOS SON LOS PROYECTOS MÁS INNOVADORES DEL 2023

Durante el evento, se celebra la creación de productos, servicios, procesos o estrategias que generen un impacto trascendental en sus instituciones y beneficien a los distintos usuarios. En la ceremonia se presentó la nueva categoría “Gestión con Propósito – ESG”.

La ceremonia de premiación de Creatividad Empresarial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) representa el momento más importante para las organizaciones finalistas. Con ese emocionante marco, se realizó la vigésima séptima edición de Creatividad Empresarial UPC 2023, el certamen en el que se reconocen las ideas y los proyectos más innovadores del país. Este año se recibieron cerca de 300 postulaciones de diversas partes del Perú, en las 20 categorías disponibles.

La presente edición tuvo como momento especial el anuncio de la nueva categoría “Gestión con Propósito – ESG”, por primera vez en la historia del certamen.

“Fiel a nuestro propósito innovador, este año hemos creado una nueva categoría porque consideramos a la sostenibilidad como un pilar fundamental en el correcto crecimiento de los negocios. Somos conscientes de que las organizaciones juegan un rol trascendental en el impacto del desarrollo sostenible de la sociedad y el planeta. En ese sentido, no puede existir crecimiento real sin una estrategia sólida que vele por una relación respetuosa en la sociedad, las empresas y el medio ambiente”, mencionó Edward Roekaert, rector y CEO de la UPC.

El Gran Premio a la Creatividad Empresarial 2023 se lo llevó María Almenara, pastelería innovadora que ha transformado su negocio tradicional en una experiencia única centrada en el propósito y en el cliente. Mientras



que las empresas ganadoras de los reconocimientos especiales fueron Tappoyo Fintech (Pequeña Empresa), María Almenara (Mediana Empresa) y Pacífico Seguros (Gran Empresa).

Esta ceremonia se realizó con el apoyo de El Comercio, RPP y Canal N, como coorganizadores; y de Caja Sullana, Southern Perú Cooper Corporation, Grupo México y Bryson Hills Perú, como auspiciadores.

Entre otros proyectos ganadores de las categorías destacan los siguientes en este 2023: Normalicemos lo normal (Kimberly-Clark), Experiencias Inmersivas: Transformando el Futuro con Visión Ecosocial (AMAK PERÚ), Tappoyo: De Invisibles a Invencibles (TAPPOYO FINTECH), ELSA – Espacios laborales sin acoso (GENDERLAB), Luz en casa (Acciona.org Perú), Devolvemos vida al planeta: forestación y mejoramiento de suelos en calioc-cha-

crapuquio de Junín (AMSAC), Proyecto Amauta (Latam Coaching Network), Modelo de gestión integral de servicios – Facility management (PROYECTO ESPECIAL LEGADO).

Además, resaltan Yape: incluyendo financieramente a miles de peruanos (BCP), Canon por cobertura. Innovación colaborativa para la conectividad (Ministerio de Transportes y Comunicaciones), Publicidad Registral mediante Agente Automatizado: Historia de 3 servicios que ahorran tiempo (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), LIMA COMPRA: Transparentando las contrataciones menores (Municipalidad Metropolitana de Lima), Control 4Miners - C4M (MS4M S.A.C.), Cementos puzolánicos, una apuesta por la sostenibilidad (Cementos Yura), entre otros proyectos que pertenecen a organizaciones tanto del sector público, como del privado y la sociedad civil..

MÁS ACCIONES QUE INTENCIONES

POR MIGUEL ORTIZ DE ZEVALLOS

Gerente de División de Negocios Empresariales, Corredores y Alianzas de Pacífico Seguros

● Nuestro país, y todos nosotros, hemos enfrentado coyunturas complicadas en los últimos tiempos. El peso de todo lo ocurrido resquebrajó la confianza, por lo que se hace necesario tomar medidas urgentes para volver a encauzar y el CADE 2023 ha brindado esta oportunidad para reencontrar al sector empresarial con el Gobierno.

Para lograrlo, es importante no olvidar, ni dejar que se olvide, que las proyecciones sobre el crecimiento económico aún no dan señales de mejora. Se prevé un crecimiento entre 0,5 % y 0,9 % a cierre de este año, lo que implicaría dos escenarios posibles: que la pobreza se mantenga alta, en 27,5 % como en el 2022 o que aumente; lo que sería un retroceso de más de 10 años.

Este desempeño negativo también refleja los conflictos sociales que se presentaron a principio de año, que derivaron en la paralización de labores, bloqueo de carreteras, cierre obligado de mercados, impedimento de libre tránsito de personas y mercadería, entre otros. En consecuencia, la tasa de producción bajó en cinco de los principales sectores económicos, entre ellos la minería (-3,6 %), la construcción (-11,7 %) y el transporte (-2,94 %).

Sumado a ello, la crisis climática ya genera pérdidas económicas en diferentes sectores. En un país como el nuestro, tan sensible ante los eventos de la naturaleza, y donde la frecuencia y severidad son factores importantes para tener en consideración, por ejemplo, la primera temporada de pesca de anchoveta del 2023 no se abrió por la presencia de El Niño costero, generando pérdidas de 1500 empleos, S/ 140 millones de masa salarial y S/ 2600 millones de compras a la cadena de valor, de acuerdo con Sociedad Nacional de Pesquería.



Asimismo, es posible que el sector agrícola retroceda en un 3 %, una de sus peores caídas de los últimos 30 años, y se prevé una caída de las agroexportaciones luego de 14 años. Este impacto en el agro afecta directamente el empleo, pues este sector brinda trabajo a uno de cada cuatro peruanos. En un escenario con altas probabilidades de un fenómeno de El Niño fuerte, los menores ingresos agravarían la pobreza en los hogares que viven de la agricultura.

Estas cifras muestran que estamos en una situación económica compleja y parte la solución es que el sector público conecte de nuevo con el privado. Vemos la intención del Gobierno de generar esa cercanía con la presencia de sus ministros en este último CADE, pero falta mucho más.

Como parte del sector asegurador, desde Pacífico Seguros asumimos una gran responsabilidad al comprometernos en proteger la felicidad y el futuro de nuestros clientes, y también

del país como parte de nuestra familia. Frente a cada coyuntura hemos estado presentes: pandemia, inseguridad ciudadana, eventos climáticos. Respondimos cumpliendo nuestra promesa de respaldarlos económicamente, pero también acompañándolos. Desarrollamos nuevas formas, desde el frente de sostenibilidad, para brindar capacitaciones y apoyarlos en prevención; así como para protegerlos a través de Seguros para Todos, nuestra cartera de productos accesibles, simples e indemnizatorios.

Por ello, en base a esas experiencias ganadas y ante lo que podemos prever que vendrá, en este momento es clave esperar acciones concretas luego de las buenas intenciones mostradas, para ver si efectivamente los empresarios, nacionales y extranjeros, pueden apostar nuevamente por ese crecimiento y generar nuevas inversiones. Por mi parte, salgo del CADE con muchas expectativas de que nuestro país salga adelante y de ver lo que vendrá. ..



Luis Zapata
Gerente de Asuntos
Públicos, Comunicaciones
y Sostenibilidad de LIMA EXPRESA,
empresa de VINCI Highways.

“QUEREMOS ELECTRIFICAR NUESTRA FLOTA PESADA Y TENER PANELES SOLARES EN TODAS NUESTRAS PLAZAS DE PEAJES Y BASES OPERATIVAS”

Stakeholders conversó con Luis Zapata, gerente de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad de LIMA EXPRESA, empresa de VINCI Highways, quien comentó cuáles son las prioridades de la empresa para hacer frente a la emergencia climática.

■ ¿Qué tan importante es incorporar la sostenibilidad en el modelo de negocio de LIMA EXPRESA?

La visión de LIMA EXPRESA es hacer de Lima una ciudad más conectada y sostenible. La sostenibilidad forma parte de la filosofía de negocio y eso es algo que caracteriza mucho al grupo Vinci Highways. Nuestro compromiso va más allá de la ética, la transparencia o el crecimiento verde, nosotros promovemos el respeto a las personas, el fomento de la inclusión, la equidad

y además compartimos los resultados del negocio con los trabajadores.

■ ¿Cuáles son las prioridades de LIMA EXPRESA para hacer frente a la emergencia climática hacia el 2030?

A partir del Acuerdo de París, el grupo Vinci Highways adoptó un compromiso fuerte frente a la lucha contra el cambio climático. A inicios del año 2020 adoptó un compromiso a largo plazo que era aplicable a todas sus empresas y que implicaba tres prioridades:

la reducción de la huella de carbono, la preservación de los entornos naturales, que implica la reducción del consumo de agua, y el compromiso con cero residuos que abarca la economía circular.

■ Justamente, ¿cuáles son esas metas concretas que han establecido?

Tenemos metas muy claras para el 2030, respecto al tema de eficiencia energética la meta que tienen todas las empresas del grupo es reducir su huella de carbono en más de 51 %. Respecto

al agua, la meta para el 2030 es reducir su consumo en un 50 %. Y en el caso de residuos buscamos llegar a cero residuos en rellenos sanitarios. El compromiso al 2050 es llegar a ser Net Zero.

¿A la fecha cuál es la contribución a la mitigación del cambio climático?

En la actualidad hemos logrado reducir el 43 % de nuestras emisiones de CO₂. Precisar que, como parte de nuestra contribución a la meta global Net Zero, desde el año 2020 venimos comprando créditos de carbono a fin de financiar y apoyar proyectos de preservación y conservación de bosques amazónicos. Con las emisiones residuales de 2023 haremos una nueva compra de créditos de carbono. Cabe resaltar que no solo compramos los créditos, también visitamos los proyectos para certificar que sean reales, tangibles y aplicables.

¿Qué resaltan en relación a la gestión de recursos hídricos?

En relación con los recursos hídricos, a la fecha hemos logrado reducir el consumo de agua en un 53 %, superando la meta. El reto es ser más eficiente, ya que estamos viviendo un estrés hídrico en Lima. En ese sentido, queremos apostar por mecanismos más eficientes para el riego de áreas verdes, como los servicios de goteo por aspersión, buscar alternativas vinculadas con la reu-

El transporte sostenible es más que movilidad positiva

De acuerdo con Luis Zapata, hablar de transporte sostenible no es solo hablar de lo que viene haciendo LIMA EXPRESA con relación al concepto de movilidad positiva: “Al hablar de transporte sostenible, hablamos de seguridad vial y de la reducción del impacto ambiental que causa este sector. Necesitamos urgente una reforma de transporte público, es la única manera de contar con un verdadero transporte sostenible. No ayuda un sistema de transporte que vive y convive con la ilegalidad y la informalidad, necesitamos un sistema de transporte ordenado y estructurado”, concluyó.

tilización de aguas servidas, optar por plantas de tratamiento que nos permitan reutilizar el agua, etc.

En lo que respecta a eficiencia energética, estamos enfocando los próximos siete años en incrementar nuestra movilidad eléctrica. Actualmente contamos con 14 vehículos livianos y semilivianos 100 % eléctricos. Queremos electrificar nuestra flota pesada, tener paneles solares en todas nuestras plazas de peajes y bases operativas.

Han manejado también la gestión de residuos...

En cuanto a temas de residuos, la meta es reducir la cantidad de residuos que enviamos a relleno sanitarios buscando

mecanismos que nos permitan aplicar la economía circular a todo nivel. Una de nuestras metas es mejorar el aprovechamiento de todos los residuos que generamos, por ejemplo reutilizar los textiles de nuestros trabajadores, los banners publicitarios que tenemos en nuestras vías, entre otras. En este punto, hemos hecho un estudio de caracterización de residuos para poder afinar nuestra estrategia y nuestro plan de aplicación de economía circular.

También hemos avanzado mucho con los Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). En lo que va del año hemos entregado más de 10 toneladas de estos residuos para que puedan ser reutilizados. ..



UPC, COMPROMETIDA CON LA SALUD Y BIENESTAR DE LAS PERSONAS

La casa de estudios participó en la Campaña de Donación Voluntaria de Sangre del Banco de Sangre del Hospital Rebagliati (EsSalud), la cual se realizó en sus cuatro *campus* y convocó a más de 350 personas de la comunidad universitaria.

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) continúa trabajando en su compromiso con el ODS 3: Salud y Bienestar de las personas. En esta oportunidad la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) se unió al Banco de Sangre del Hospital Rebagliati (EsSalud) para su más reciente Campaña de Donación Voluntaria de Sangre. Durante esta campaña, realizada del 17 al 20 de octubre en nuestros cuatro *campus*, más de 350 personas, entre colaboradores y estudiantes de UPC, se unieron de manera altruista para donar sangre.

En total, se recolectaron aproximadamente 100 000 ml de sangre durante estos cuatro días. Estas donaciones no solo son un acto de generosidad, sino que también beneficiarán a cerca de 700 personas que requieren transfusiones sanguíneas para diversas circunstancias médicas.

Esta ha sido la segunda campaña de donación de sangre del año en UPC, y los resultados reflejan el compromiso continuo de la comunidad UPC con la solidaridad y la responsabilidad social. La Universidad agradece a todos los donantes que hicieron posible este importante acto de caridad.

Es fundamental subrayar que, según lo reportado por EsSalud¹, el Perú es uno de los países que cuenta con la tasa más baja de donación de sangre a nivel América Latina; situación que fue agravada a raíz de la pandemia del COVID-19, reduciéndose las cifras de donación en un 70 %, y contando con la participación de solo el



La UPC alienta a la comunidad a considerar la donación de sangre como una actividad regular para contribuir a salvar vidas.

1.03 % de peruanos como donantes. Estos números resaltan la relevancia de iniciativas como las promovidas por la UPC, ya que desempeñan un papel importante en aumentar

la conciencia acerca de la donación voluntaria y su impacto directo en la salud y bienestar de aquellos que más lo requieren.

La UPC alienta a la comunidad a considerar la donación de sangre como una actividad regular para contribuir a salvar vidas. Con cada donación, estamos haciendo una diferencia significativa y brindando esperanza a quienes más lo necesitan. ¡Únete a la UPC en futuras campañas de donación de sangre, sigamos contribuyendo al bienestar de más personas!..

EL DATO
Se recolectaron aproximadamente 100 000 ml de sangre durante los cuatro días.

BRIGADA CONSTRUYE BIEN: LA INICIATIVA QUE BUSCA HACERLE FRENTE AL FENÓMENO EL NIÑO

Propuesta es liderada por Sodimac y Maestro, y tiene como objetivo unir a instituciones del sector público y privado para aminorar el impacto del fenómeno El Niño (FEN). A la fecha, diversas instituciones se han unido e iniciarán talleres y acciones de preparación en distintas partes del país.

De acuerdo con el último reporte de la Comisión Multisectorial encargada del estudio nacional del fenómeno del Niño (ENFEN), se pronostica una alta probabilidad del desarrollo del fenómeno hasta el verano de 2024. Ello significa que existe más del 50 % de probabilidad de que vayamos a hacer frente a un episodio climatológico de magnitud moderada.

Nuestro país tiene antecedentes en este tipo de fenómenos, por ello, en esta oportunidad necesitamos estar preparados para que el impacto no se parezca a lo que vivió el país en el 2017, en donde se reportaron casi 232 mil peruanos damnificados, 143 fallecidos y más de 25 700 viviendas colapsadas.

“Es ante este escenario, que impulsamos Todos somos Brigada Construye Bien, iniciativa que tiene como objetivo, capacitar e informar sobre medidas orientadas a la reducción y rehabilitación de los potenciales estragos que el FEN tendrá en las viviendas e infraestructura. Desde Sodimac y Maestro venimos realizando dentro de nuestras ferias de la construcción en provincias, diversos talleres de capacitación donde brindamos información de la mano del MINSA y de la ONG Hábitat para la Humanidad. Esta no es una acción aislada, ya que forma parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, que contempla acciones internas y externas de manera permanente”, indicó Wilhelm Ramberg, gerente general de Sodimac y Maestro Perú.

Para ello, la empresa viene generando alianzas con diferentes instituciones



para así poder llegar a la mayor cantidad de peruanos. Entre los aliados de la iniciativa se encuentran el Ministerio de Salud, CENEPRED, PREDES y Hábitat para la Humanidad, así como socios comerciales de la marca.

“En Sodimac tenemos un compromiso de largo plazo con la construcción segura, y nuestro programa Construye Bien lo tangibiliza. Hoy reforzamos este compromiso junto a la Brigada Construye Bien, pues estamos convencidos de que la mejor ruta es empezar desde ya con medidas de preparación. Y también sabemos que para que esto tenga mejores resultados necesitamos trabajar en equipo”, detalló Piero Campos, gerente Comercial y Marketing de Sodimac y Maestro Perú.

El programa Construye Bien viene ayudando a asegurar el hogar de muchos peruanos, considerando que en el país existe mucha autoconstrucción, lo cual mantiene en riesgo a las familias, su seguridad e inversión. Es

ahí donde entra el compromiso de Construye Bien con la formalización y seguridad en el sector construcción, a través de cuatro categorías esenciales para una construcción segura: pisos, techos, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias y muros y estructura.

Asimismo, la empresa detalló que esta iniciativa iniciará con contenido informativo en sus canales de comunicación, perifoneo en tienda, así como talleres de capacitación en las diferentes ciudades del país, durante sus Capacitaciones de la Construcción. El pasado viernes 27 de octubre y el 03 de noviembre, personal del MINSA y de Hábitat para la Humanidad estuvieron en los talleres realizados en sus tiendas de Cañete y Arequipa, brindando información relacionada al FEN. El calendario de talleres y ferias será compartido por distintos medios de comunicación, con la finalidad de seguir informando a la población al respecto. ..



LA INVERSIÓN EN CLOUD EN LATINOAMÉRICA CRECERÁ EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

De acuerdo a un informe elaborado por NTT DATA y MIT Technology Review en español. El documento fue presentado el 23 de noviembre de forma simultánea en México, Chile y Perú.

Prácticamente, todas las empresas de la región (98 %) ya comenzaron su viaje hacia la nube, así lo revela el estudio Cloud en América Latina 2023: Adopción y madurez de las empresas latinoamericanas en el camino hacia Cloud, elaborado por NTT DATA y MIT Technology Review en español.

Asimismo, un 80 % de todas las compañías latinoamericanas que se encuentran en la nube está en etapa de implementación u optimización, lo que significa que trabaja con esta tecnología de manera habitual. En el caso del Perú, esta cifra asciende al 87 %.

“El estudio nos permite entender el estado de madurez de la tecnología cloud

en Latinoamérica, y cómo las empresas la están usando para poder desarrollar sus negocios”, explica César Campos, Partner, Head of Digital Technology de NTT DATA Perú & Ecuador.

“Además, muestra cómo el cloud ha democratizado el acceso de la tecnología, por lo tanto, la capacidad de innovar, y ha pasado de ser una potencial herramienta de reducción de costos, a un motor real para generar una ventaja competitiva en el mercado”, añade.

El informe fue presentado el 23 de noviembre de forma simultánea en México, Chile y Perú, en un evento que congregó a ejecutivos de NTT DATA, junto a sus principales clientes y medios de prensa.

Cloud en América Latina 2023

A pesar de que casi la totalidad de las empresas de la región ya está utilizando la nube, aparecen oportunidades y desafíos de cara al futuro vinculados a la experiencia del cliente, la eficiencia en las operaciones, la estrategia de datos o la creación de negocios altamente adaptables, destaca el estudio.

Lejos de detenerse, las inversiones en esta tecnología continuarán multiplicándose: el 57 % de las empresas encuestadas vislumbra un crecimiento de este tipo de servicios de entre un 75 % y un 100 %. Este aumento incluirá en forma parecida los modelos SaaS (software como servicio), IaaS (infraestructura como servicio), PaaS (plataforma como servicio) y serverless (sin servidor).

Entre los principales estímulos para invertir ya no se encuentra la eficiencia en costos: hoy destacan la escalabilidad (78.5 %), la innovación (64.5 %) y el time to market (49.5 %).

Pese al elevado nivel de adopción, las organizaciones latinoamericanas continúan enfrentando algunos desafíos, incluyendo limitaciones presupuestarias (14 %), en la gestión del negocio (12,3 %) o en la necesidad de comprender el beneficio financiero y la viabilidad de las iniciativas (10 %).

También emergen algunas barreras culturales, como dificultades para adquirir las habilidades tecnológicas necesarias (18,7 %) o resistencia al cambio (9 %). Para superar estas últimas, es importante abordar la transformación desde una perspectiva humana, con equipos híbridos que integren personal de negocios y tecnología, tanto interna como externa, para lograr una alineación estratégica.

Respecto del modelo elegido, la nube híbrida se impone aun cuando no estaba en el plan inicial: el 66 % la utiliza. A la hora de definir las arquitecturas de datos, el 80% destaca como desafío más complejo la integración de la nube con sistemas on premise, la seguridad informática y las conexiones externas. De hecho, si bien la implementación se percibe como sencilla en un principio,

exige mayor esfuerzo cuando aparecen costos, contratos, gobierno de datos, sistemas legados y sobre todo sistemas Core de negocio.

La necesidad de la mejora continua en la operación en la nube es un ítem habitualmente subestimado por las empresas, que suelen tener la sensación de que la tecnología resuelve por sí todos los problemas. Sin embargo, es esencial que se preste atención a aspectos como la seguridad, la monitorización, optimización y el cumplimiento normativo.

El 74 % de las empresas que trabajan en la optimización de la nube busca reducir gastos y un 68 %, incrementar la flexibilidad para adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado.

“La presencia de infraestructuras y tecnologías obsoletas, incluyendo sistemas operativos, software base, aplicaciones y repositorios de datos, agrega complejidad a la migración. Por eso es importante poner el foco en desplegar una plataforma cloud robusta como base para el journey hacia la nube: se trata de un elemento clave para lograr una transición exitosa y acelerada”, agregó Jesus Garcia Blas, Head of Americas Digital Architecture en NTT DATA Europe & Latam.

Una tendencia que llega para quedarse en el mundo nube y que se ha vuelto

prioritaria en las agendas de los líderes es FinOps (financial operations).

Más del 80 % considera importante la implementación de este marco de trabajo, que apunta a la optimización de costos en la gestión de recursos en la nube, ya que aborda la gestión de costos y finanzas de manera integral, involucrando a toda la organización y promoviendo un enfoque cultural para enfrentar los desafíos del mercado en constante evolución.

Además, un 41 % de las empresas en fase de optimización consideran muy relevante la integración de FinOps en la operación.

Otros hallazgos del estudio incluyen:

- El 81 % de las empresas considera la ciberseguridad como el elemento más valorado al adoptar soluciones de nube, debido en parte a la percepción de que la seguridad está cubierta con la sola contratación del servicio, cuando a menudo se requiere un equipo dedicado.
- El 40 % indica que existe una mejora significativa de la satisfacción de su cliente vinculada a la adopción a la nube.

“Las empresas latinoamericanas ya están embarcadas en el camino hacia la nube, pero aún tienen por delante incontables oportunidades e interesantes desafíos”, señaló Juan Sebastian Escobar, Responsable Cloud Americas en NTT DATA.

“El futuro de la nube en la región estará enfocado en la mejora de la experiencia del cliente, la eficiencia en las operaciones, la estrategia de datos o la creación de nuevos negocios altamente adaptables”, agregó.

El estudio completo, que contó con la participación de 121 líderes empresariales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú, puede leerse en la página web de NTT DATA. ..



FENIX DUPLICARÍA SU PRODUCCIÓN AL 2030 POR OPERACIÓN DE PLANTAS DE ENERGÍAS RENOVABLES

Durante el evento Día del Cliente Fenix, se mencionó que uno de sus principales proyectos es Bayóvar, el cual, una vez culminado, sería el parque eólico más grande del país alcanzando los 660 MW.

Fenix, la generadora eléctrica responsable del 8 % de la energía que consume el Perú, llevó a cabo su cuarta edición del “Día del Cliente Fenix”, un espacio creado para seguir manteniendo un relacionamiento cercano y de valor con sus clientes.

Durante el evento, la empresa compartió su agenda estratégica que tiene como objetivo duplicar su producción al 2030 sobre la base de energías renovables. Para ello, cuentan con un portafolio de proyectos de energías limpias de 1900 MW, destacando el proyecto Bayóvar, el cual, una vez culminado, vendría a ser el proyecto eólico más grande del país alcanzando los 660 MW.

“Fenix quiere ser protagonista de la transición energética en el país. Además, ratificamos nuestro compromiso de seguir brindando soluciones innovadoras que añadan valor a los negocios de nuestros clientes, convirtiéndonos en su partner energético. Todo ello se resume en nuestro propósito: Transformamos la energía en equilibrio con el planeta para impulsar tus proyectos y sueños”, señaló Juan Miguel Cayo, gerente general de Fenix.

Esta cuarta edición contó con la participación del ingeniero César Butrón Fernández, presidente del Directorio



del Comité de Operación Económica del Sistema Interconectado Nacional (COES), quien realizó una presentación sobre el balance del sector eléctrico y sus proyecciones.

El especialista señaló que hay mucho interés por las energías renovables y recordó que actualmente hay 20 000 megavatios de proyectos nuevos entre solares y eólicos, pero que muchos de ellos aún no han empezado a construirse.

Sobre el fenómeno El Niño, el presidente del COES señaló que existe el temor de que se reduzcan o retrasen las lluvias, lo que incrementa la necesidad de usar diésel para generar energía y, por tanto, aumenta el precio de producción.

“Si El Niño viene como suele venir, generando sequía en el centro y sur del país, y en la misma magnitud que meses anteriores, otra vez vamos a tener que quemar diésel y las generadoras van a tener que asumir costos. Por eso, las empresas generadoras están muy cuidadosas a la hora de ofertar sus precios para los próximos meses”, precisó.

Finalmente, de permanecer la proyección de la demanda de energía como ahora, el COES estima un crecimiento anual de 2 % o 3 % al 2034...

Fenix quiere ser protagonista de la transición energética en el país.

 28 - 31
OCT 2024 | Centro de Exposiciones
Jockey, Lima - Perú

¡El Metal del **futuro** y de las Energías
Renovables ya tiene un espacio!

EXPO COBRE 2024

II Conferencia del Cobre
y Feria Minera Mundial

Actividades en Simultáneo:

- Conferencias Magistrales
- Reuniones Técnicas
- Feria Minera Mundial
- Charlas Comerciales
- Cocktails

Proyecciones 2024:

- 10, 000 m² exhibición
- 300 stands
- +10, 000 visitantes
- 20 países invitados

¡Participan **Proveedores Top y Líderes**
de las Principales Compañías **Mineras del Mundo!**

El momento de **RESERVAR** sus stands **ES AHORA**

www.expocobre.com

ORGANIZA:



ALIADOS INSTITUCIONALES:



PRIMEROS EXHIBIDORES:



MEDIOS ALIADOS:



Más información

+51 934 805 393 / +51 987 975 959 |

De stands y auspicios: info@expocobre.com / diana.sierra@expocobre.com



PREMIO
DESARROLLO
SOSTENIBLE 2023

Categoría Gestión Ambiental
Premio Especial "Acciones frente
al cambio climático"

CENTRAL EÓLICA PUNTA LOMITAS

Punta Lomitas representa un hito importante en la transición energética del Perú, marca un nuevo modelo de negocio para el desarrollo de energías renovables en el país y permite la minería verde a gran escala.



Sociedad Nacional de
MINERÍA PETRÓLEO
Y ENERGÍA

Síguenos en:     
engie-energia.pe



Escanea aquí
para ir a la web