

Stakeholders

Sostenibilidad

Aulas Tech: **La iniciativa que transforma** **la educación de colegios** **públicos en el Perú**



Carlos Castillo - Gerente de Marketing, Comunicaciones y ESG NTT DATA Perú
María Elena Hatachi - Directora Institución Educativa N°5156 "Elías Aguirre Romero"
Javier Hoyle - CEO NTT DATA Perú
Ursula Chávez - Líder de Sostenibilidad NTT DATA Perú



HINO



**Maximiza la
productividad**



**Mayor
seguridad
en la operación**

Minimiza
el **costo**
operativo



Tu HINO y tú
más conectados
que nunca con



HINO
CONNECT

La herramienta exclusiva de HINO
que te ayuda a monitorear
virtualmente tu vehículo 24/7,
generando información en tiempo
real y soporte total.

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 Marilía 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

El voluntariado es una actividad clave para un enfoque sostenible empresarial y planetario. A lo largo del tiempo, su aporte se ha visibilizado en contextos de crisis, resaltando su despliegue en la pandemia del Covid-19. Su amplia adaptabilidad ha demostrado su potencial; por ejemplo, cuando miles de voluntarios se movilizaron en plena emergencia sanitaria para ayudar a los grupos más vulnerables, sea de manera presencial o virtual.

En reconocimiento a su labor, nuestra primera edición 2024 de *Stakeholders* está dedicada a quienes entregan de manera voluntaria y comprometida su tiempo y talento para apoyar a otros peruanos y peruanas; y, por supuesto, coadyuvar a la sostenibilidad de nuestro planeta. En ese sentido, en las siguientes páginas se hace una aproximación a la importancia del voluntariado como una actividad generadora de valor compartido para las empresas y la ciudadanía.

En la sección central de la revista, presentamos a NTT DATA Perú y a su iniciativa Aulas Tech. Este programa ha demostrado contribuir al sector educativo del país desde el ámbito tecnológico, de la mano también de voluntarios y voluntarias de la compañía. Destacamos también a Pacífico y sus dos programas de voluntariado que hacen frente a problemáticas como la anemia y los riesgos ante desastres; asimismo, a otras compañías que comparten su accionar en el tema y el desarrollo sostenible.

Se inicia un nuevo año de retos y desafíos para el sector empresarial. Desde *Stakeholders*, reafirmamos nuestro compromiso por seguir comunicando y difundiendo la sostenibilidad. El agradecimiento a cada uno de nuestros columnistas, especialistas, entrevistados, lectores, y a todos los que aportan para que estas páginas, mes a mes, se hagan realidad.

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

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

Cómo trabajamos



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.



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

REPENSANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



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

¿Cómo tener una vida mejor en un mundo convulsionado? Hay muchas expectativas por las potencialidades de la Inteligencia Artificial (IA).

Promesas y peligros

Lanzada en gran escala por el Open Chat, creado por Sam Altman, alcanzó en dos meses a 100 millones de usuarios superando todos los récords de expansión rápida. La IA fue agregando servicio tras servicio, apoyada en una megabase de datos que reúne casi toda la información existente a nivel mundial en múltiples campos. Es capaz de contestar inmediatamente a todo orden de preguntas. Escribe desde artículos hasta libros, compone poemas, crea imágenes, lleva a cabo investigaciones científicas, informa sobre las tendencias de los mercados, identifica opciones beneficiosas para quienes la consultan. Ofrece contribuciones notables en la inmensa mayoría de las ciencias, desde la medicina hasta la exploración del espacio. Despertó un entusiasmo fenomenal y llovieron las inversiones en la empresa generada por Altman. También atrajo a aventureros y especuladores. Se estima que el 30 % de los actuales ofrecimientos de IA son en áreas regresivas para la humanidad, entre ellas la están usando hackers para robar información de empresas a las cuales extorsionan después pidiendo rescates millonarios para no venderla y devolverla. Entre otros ejemplos, eso hace continuamente la banda líder de piratas cibernéticos. Es un grupo criminal ruso que entre otros atracos se apoderó de la información aduanera de Costa Rica y del sistema de recetas de la mayor cadena farmacéutica de la Argentina.

También está siendo empleada para influir en procesos electorales fabricando *fake news* y conspiraciones imaginarias para minar la credibilidad de candidatos democratizantes y encumbrar demagogos de ultraderecha. Otra utilización frecuente es la que le están dando grupos criminales del negocio de drogas para maximizar sus lucros. Asimismo, es empleada para llevar a cabo secuestros y para la trata de blancas.

Estos y otros delitos de cuello blanco "cibernéticos" cunden en la IA. Sam Altman emprendió extensos viajes a países poderosos para explicar sus virtudes y advertir sobre sus riesgos y exigió en ellos el desarrollo de mecanismos regulatorios que los pudieran prevenir. Le costó caro. Con maniobras en una operación relámpago lo despidieron de su cargo de director general de su empresa. Al día siguiente fue contratado como gerente general de IA por uno de sus principales inversionistas Microsoft. De inmediato fue restituido a la dirección de Open Chat: fue una señal de todo lo que está en juego.

Margaret Mitchell que fundó este campo en Google y venía haciendo prevenciones sobre sus peligros fue despedida hace 3 años. Hoy Times la designó una de las cien personalidades más influyentes del mundo por su gran labor anticorrupción y pro transparencia. Ella impulsa que en las regulaciones de la IA se incluya a sectores relegados como las mujeres, los jóvenes, las minorías de color, latinas y otras, para que sus perspectivas estén representadas.

La pelea que viene

Ana Hidalgo, la exitosa dos veces electa alcaldesa de París, resumió algunos de los dilemas claves al renunciar estos días como miembro de Twitter que había cofundado porque consideró que la avalancha de noticias falsas que posibilitaba, al suprimir las reglas de ingreso, había llevado al absurdo de que Francia figuraba entre los líderes de las sociedades peor informadas del planeta.

Convocados por Inglaterra se reunieron recientemente también en Londres 28 países líderes en IA y científicos de primera línea en la materia para proponer valores y prácticas regulatorias.

Esta pelea entre salvar la IA virtuosa o permitir que siga avanzando la adulterada será crucial para definir el perfil del mundo futuro. Está en plena marcha. ..

HAY VOLUNTARIO Y HAY EXPLOTACIÓN LABORAL



HANS ROTHGIESSER
Miembro del Consejo Consultivo *Stakeholders*

■ Hace unos años convocaron a un grupo de amigos para que sean voluntarios en un evento. Una empresa estaba realizando una chocolatada navideña para unos niños y necesitaba personas para que ayudaran a jugar con los niños, conversarles mientras comían, etc. Usualmente habrían aceptado gustosos, pero no esta vez. En esta oportunidad tuvieron que discutir si aceptaban ayudar o no por un pequeño detalle: la empresa que lo organizaba estaba siendo pagada por ello. Es decir, para ellos era un negocio organizar esta chocolatada y su estructura de costos no incluía pagar a varios de los que participarían, porque serían convocados como voluntarios. Eso es trampa.

Eso fue hace mucho tiempo. Hoy en día me pasa algo parecido. A veces me llaman para hablar en un encuentro de jóvenes o un movimiento que aspira a tener incidencia política. No siempre acepto, pero trato de hacerlo. No obstante, a veces estos eventos son organizados por empresas que son remuneradas por producir la ocasión, de tal manera que luego sus clientes puedan ser mencionados en los medios. Y en su presupuesto asumen que los oradores de la conferencia no cobraremos nada. Pero la empresa que la organiza por supuesto que sí. Y un montón de dinero. Esto, por supuesto, también es trampa.

Esta es una mala práctica que se ha naturalizado en nuestro medio. Cuando lo comento con los que ponen la plata, se molestan. Deberíamos agradecerles que por lo menos ponen dinero para todo lo operativo, menos para

los que damos la cara, por supuesto. Es más, hasta se ofenden si les dices que no acudirás. Esto a pesar de que tiene un costo mantenerse vigente e informado para poder estar listo para hablar en sus gloriosos eventos cuando a uno lo llaman un día antes.

El escritor clásico de ciencia ficción Isaac Asimov una vez se enfrentó a una situación similar cuando ya era un autor reconocido. Hasta entonces había sobrevivido de vender cuentos a revistas que se vendían por dinero. Los dueños de estas revistas hacían ganancias de esas ventas y con eso cubrían los costos, lo que incluía pagar a los escritores que aportaban con sus textos. Asimov se hizo famoso en ese contexto. Sin embargo, poco a poco el mercado se fue maleando y después de unos años, los editores de las revistas ya no pagaban a los escritores, sino que ofrecían el espacio a cambio de supuestamente hacerlos conocidos. Esto llegó a estar tan naturalizado que los escritores como el mismo Asimov en algún momento tuvieron que hacer un boicot para hacerse respetar.

Aquí en el Perú estamos muy lejos de eso. No porque no suceda algo similar, sino porque los que ponen el dinero muchas veces son tan amorales, que ni cuenta se dan de que hay un problema. Cuántas historias tenemos de pedidos a uno de que participe gratis, pero a otro sí le pagan. Sabe dios cuál será el criterio para seleccionar a los privilegiados, pero ciertamente debería excluirlos de usar el término meritocracia cuando se describan a sí mismos.

Hacer voluntariado es una decisión personal que debería ser voluntaria, valga la redundancia. No debería estar obligada por un jefe que verá con malos ojos el lunes al que no fue al evento el fin de semana. Si no quieres, no vas, simple. La empresa que se apoya en el voluntariado para sacar adelante su proyecto de responsabilidad social y que le paga a un consultor para organizarla, pero que no es capaz de retribuir a los voluntarios por su tiempo, está haciendo algo mal. Y si le está pagando a unos sí, pero a otros no, está doblemente mal. Eso no es voluntariado. Llamémoslo por su nombre: explotación laboral. Y poco estratégica, dicho sea de paso. Con el tiempo estas cosas se saben y le revientan en la cara a las empresas que creen que están siendo muy astutas. Después no se quejen cuando todos estén hablando pestes de ellos..

VOLUNTARIADO CORPORATIVO: MÁS ALLÁ DE LA ACCIÓN



OTTO REGALADO
Profesor del MBA de ESAN Graduate
School of Business

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas que buscan ser sostenibles en el tiempo y que aspiran a lograr relaciones sólidas con sus *stakeholders* en un contexto de gran competencia e incertidumbre. En este escenario, el voluntariado emerge como una herramienta poderosa en la estrategia de valor compartido, proporcionando múltiples beneficios si es correctamente empleado, como por ejemplo una buena reputación, una adecuada relación con la comunidad, entre otros. Sin embargo, también puede convertirse en un punto crítico ante la ausencia de autenticidad y si solo tiene un enfoque de “caridad”.

Por ello, la alineación del voluntariado con la misión y visión de una organización es crucial para que esta actividad sea genuina y tenga un impacto real en donde se aplique. Si el voluntariado consiste en actividades esporádicas no generará ningún impacto real y la organización podría ser vista como oportunista al no formar parte de su estrategia general.

Justamente, la sostenibilidad en el tiempo es un aspecto crítico que a menudo es ignorado o subestimado en las iniciativas de voluntariado. Así, es frecuente ver organizaciones participando en proyectos de voluntariado de corta duración y cuyo fin parecería tener fotos para un informe anual o publirreportajes en medios. Este enfoque de “caridad temporal” no contribuye a un cambio sostenible y puede incluso generar expectativas poco realistas en las comunidades beneficiarias.

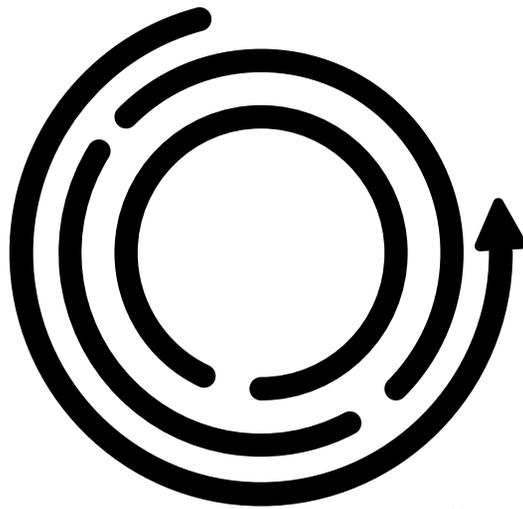
Por otro lado, un voluntariado auténtico va más allá de la simple donación de recursos o de tiempo por parte de los colaboradores. Implica un compromiso profundo y continuo, en donde la alta gerencia está involucrada y produce un “efecto cascada”, pasando por gerentes, jefes, asistentes y practicantes. Este compromiso también se manifiesta en la asignación de recursos adecuados para respaldar las iniciativas de voluntariado y en la integración de estas actividades en la cultura organizacional, siendo parte del cronograma anual. Esto no solo fortalece la credibilidad de las acciones de voluntariado, sino que también establece un vínculo continuo entre las organizaciones y las comunidades locales.

La implementación exitosa de un programa de voluntariado auténtico implica un enfoque estratégico que va más allá de la acumulación de horas de servicio voluntario. Las organizaciones deben realizar evaluaciones de impacto para medir la eficacia y sostenibilidad de sus iniciativas. Estas evaluaciones no solo deben centrarse en los resultados a corto plazo, como la entrega de víveres, la construcción de una infraestructura, la entrega de equipos tecnológicos e incluso capacitaciones, sino también en los impactos a largo plazo, como el desarrollo económico, la educación continua y el fortalecimiento de las capacidades locales.

Otra importante reflexión es que las empresas peruanas deben trabajar en estrecha colaboración con la población o grupo al que quieren ayudar, escuchando primero sus necesidades (y no asumiendo) y considerando cómo verían que se trabaje con ellos la implementación de un programa de voluntariado. De esta forma, se puede generar un escenario más propicio para que las acciones permitan construir relaciones a largo plazo, se genere un clima de confianza y exista un mayor impacto.

A manera de conclusión y ante lo expuesto, podemos señalar que el voluntariado es más que una actividad superficial o una moda temporal. Debe estar arraigado en la cultura organizacional y estar alineado a la misión y visión de la empresa, ser sostenible en el tiempo y alejarse del enfoque de caridad o turismo de pobres. La alta dirección tiene la responsabilidad de liderar con el ejemplo, comprometiéndose de manera auténtica con las comunidades locales y garantizando que las iniciativas de voluntariado contribuyan efectivamente al desarrollo sostenible. Solo entonces el voluntariado se convertirá en una herramienta poderosa para la construcción de un valor compartido genuino. ..

Estamos trabajando
por un...



PERÚ
CIRCULAR

<https://perucircular.pe/>



LA CLAVE DETRÁS DE UN VOLUNTARIADO CORPORATIVO EXITOSO

La puesta en práctica del voluntariado corporativo trae consigo beneficios para la reputación, el *engagement* laboral, la estrategia ASG, entre otros.

No obstante, debe contar con una planificación estratégica que parta de una propuesta de valor motivadora para los grupos de interés.

POR RENZO ROJAS
 rojas@stakeholders.com.pe

El éxito de un voluntariado corporativo radica en la propuesta de valor que se presenta para los empleados, la comunidad beneficiaria y la compañía misma. Si se apunta a un impacto significativo y positivo y, más aún, enmarcado en la estrategia de sostenibilidad, su desarrollo no se debe limitar a actividades puntuales u ocasionales, sino que se debe contemplar un planeamiento estratégico cimentado también en la generación de valor compartido desde la empresa.

Las particularidades de cada sector influyen en el tipo de voluntariado que se llevará a cabo. Jaime Ulloa, CEO de Osmia, visualiza en el entorno, la cultura organizacional, el personal, entre otros aspectos, factores a considerar. Para él, las empresas deben enfocar y priorizar en su gestión de voluntariado una propuesta de valor hacia esta tríada que conforman la comunidad, los empleados y la empresa.

“Esto funciona con los tres a la vez. No es un proyecto que consiste en llevar ayuda simplemente. Si se quiere tener éxito reclutando voluntarios, quienes quizá están ocupados o no tienen como prioridad participar, debe existir una propuesta de valor que responda a sus potenciales motivaciones”, remarca.

En una adecuada y exitosa ejecución de voluntariados, también es clave la elaboración de una propuesta de valor para el negocio de la empresa, enfatiza Ulloa.



Jaime Ulloa
 CEO de Osmia



María Ángela Prialé
 Vicedecana de la Carrera de Administración de la Universidad del Pacífico (UP)

Por ello, es recomendable no limitarla a una estrategia de responsabilidad social en sí misma, ya que implicaría reducir su impacto a un aspecto de la empresa que normalmente no es el más potente de su *core business*.

“Tiene mucho más sentido cuando se buscan las posibles sinergias del voluntariado de manera transversal con la estrategia de negocio. Por ejemplo, si hay una empresa con operaciones que tienen un impacto en los vecinos, el voluntariado puede ser una manera de construir relaciones comunitarias saludables; algo más importante que solamente ir a entregar donativos”, arguye.

Agrega que si bien hay compañías que implementan acciones puntuales de manera filantrópica, algo que no es incorrecto, es indispensable el proceso de concretar una propuesta de valor si se quiere otorgar sostenibilidad a una serie de programas de voluntariado.

El voluntariado en la estrategia de sostenibilidad

Es acuciante para las empresas en la actualidad la incorporación de los factores ASG mediante una estrategia. Son indispensables estos en los mercados financieros y comerciales a nivel global. En esa línea, el voluntariado puede contribuir a la efectividad de una estrategia de sostenibilidad, ya que se espera que los colaboradores la internalicen y pongan en práctica en su día a día laboral.

María Ángela Prialé, vicedecana de la carrera de Administración de la Universidad del Pacífico (UP), señala que el voluntariado, al permitir a los empleados la oportunidad de ayudar, conecta la

necesidad que tenemos todos los seres humanos de trascender con el propósito de la empresa.

“La experiencia de contacto con los problemas sociales y ambientales del entorno, que el voluntariado ofrece a los trabajadores, fortalece la capacidad organizacional para identificar impactos al desarrollar habilidades como el pensamiento crítico, la empatía, el trabajo en equipo. (...) Sumaría a que la sostenibilidad no se quede solo en el discurso corporativo, sino que se viva e integre en el ADN de la empresa”, subraya.

Los ámbitos de aporte son variados, continúa. Desde un voluntariado ambiental, basado en programas de reforestación, limpieza de áreas naturales y participación en proyectos de responsabilidad ecológica; hasta el vinculado con grupos sociales desfavorecidos: programas de educación a niños, de alfabetización digital, entre otros. Debido a esta versatilidad, el involucramiento de los empleados fortalece un compromiso genuino con la búsqueda de la sostenibilidad empresarial, acrecentando también los impactos favorables.

“Quienes realmente toman las decisiones en los negocios todos los días,

y que al final permiten que la empresa sea lo más sostenible posible o no, son los colaboradores. El voluntariado es la manera más escalable de convertir la sostenibilidad en parte de la cultura, de los valores”, manifiesta Jaime Ulloa.

La vicedecana de la UP hace referencia nuevamente a un enfoque integral. Menciona que es esencial que el voluntariado esté alineado a una estrategia de sostenibilidad, la cual a su vez debe estar en concordancia con la estrategia del negocio. Además, en esta búsqueda de generar valor, considera necesario que el programa de voluntariado esté bien diseñado y no sea solo producto de una intención eventual y puntual de ayuda.

Por su parte, Jaime Ulloa explica que actividades comunes como asistir al pintado de una escuela o participar del recojo de residuos en una playa pueden emplearse como una forma de entrada a un voluntariado de mayores y mejores resultados.

“Pueden servir al inicio para que esa persona, que suele estar en oficina y en casa, salga de su zona de confort y viva una experiencia distinta; la cual le per-

mite conectarse, hacer empatía o aumentar la información que tiene de un tema”, hace hincapié.

No obstante, prosigue, el hecho de no hacerlo estratégicamente, a manera de aprovechar el talento y las habilidades de los equipos, es dejar de lado una generación importante de valor para las empresas, los colaboradores y las comunidades.

“Es más fácil organizar una actividad puntual. Sin embargo, existen estas posibles conexiones entre los colaboradores, el core del negocio, el talento y más. Todas se pueden correlacionar para un mayor impacto en la comunidad, el cual es finalmente la razón de ser del voluntariado: generar cambio social”, puntualiza Ulloa.

Considerar algunas interrogantes son importantes si se pretende un voluntariado fructífero para los colaboradores, las comunidades y las compañías. María Ángela Priale señala que antes de iniciar un programa de voluntariado corporativo la empresa debe preguntarse lo siguiente: ¿por qué mis colaboradores deberían dar su tiempo frente a este problema?, ¿sus competencias pueden marcar la diferencia?, ¿esta iniciati-



va se “engancha” o complementa con otras de sostenibilidad de la empresa? y ¿cuáles son los resultados que pretendo alcanzar?

“Del mismo modo, un buen programa de voluntariado debe planear la medición de su impacto tanto a nivel del colaborador voluntario, en la empresa y en la causa que se esté apoyando”, reafirma.

¿Existe una cultura de voluntariado corporativo?

Un panorama general hace posible inferir que cada vez más se ponen en práctica programas de voluntariado desde las empresas. La vicedecana de la UP comenta que uno de los últimos estudios en el Perú (2017) concluía que si bien la promoción y la cultura de voluntariado en nuestro país estaban en crecimiento, aún se encontraban en etapa de gestación y debían realizarse esfuerzos adicionales importantes.

“Considero que se han presentado varios cambios claves que son resultado también de los cambios en la forma que tienen las empresas de entender la sostenibilidad y la responsabilidad social; la exigencia de mayor develamiento de información sobre su desempeño ambiental, social y de gobernanza (ASG); la pandemia y los enormes desafíos que enfrentamos a nivel global y de país”, afirma.

Para Jaime Ulloa una consecuencia de la pandemia del Covid-19 es que existe un mayor nivel de despliegue de un voluntariado basado en habilidades (talento) que antes. Desde su perspectiva, sobre el sesgo de que el voluntariado es un costo más que un beneficio, este no se presenta en casi la totalidad de las empresas que deciden implementar un voluntariado corporativo: “Quizá las empresas que no desarrollan voluntariado tengan esta idea, y por eso mismo no lo llevan a cabo”.

La presencia en el mercado laboral de una generación joven de empleados, que tiende a valorar a las empresas que respaldan y promueven el volunta-

Voluntariado emprendedor

Desde Osmia, destacan una clase de voluntariado denominado emprendedor. Es un tipo de voluntariado donde el voluntario (empleado, en este caso) es el autogestor de su proyecto. A la fecha, hay varias empresas en el Perú que lo promueven.

“Consiste en invitar a los empleados a que propongan proyectos, elijan las comunidades e identifiquen las problemáticas sociales que tienen; así como planteen soluciones usando su talento y co-creando con la organización de la comunidad. Tienen libertad para gestionar el proyecto social. Es motivador porque escogen algo que les apasiona”, dice Jaime Ulloa.

Es en este proceso, detalla, en el que Osmia los acompaña para empoderarlos, brindarles una hoja de ruta o metodología, y así puedan llevar a cabo la iniciativa de manera autónoma. Se realizan, en ese sentido, capacitaciones y mentorías para que su propuesta realmente tenga un mayor impacto posible.

“Es más potente el voluntariado emprendedor. Hay varios proyectos que son de organizaciones sociales de alto impacto que surgieron del voluntariado emprendedor en los últimos 15 años”, concluye el CEO.

El voluntariado es una experiencia transformadora no solo para la comunidad, sino también para quien lo ejerce.

riado, podría explicar también el aumento de la actividad, indica María Ángela Priale.

“Esto se da en especial luego de la pandemia, así como con las nuevas formas de voluntariado; como el voluntariado digital, por ejemplo, con el uso de tecnología y plataformas digitales para facilitar y coordinar programas al respecto”, acota.

Añade que el sistema de voluntariado se ha podido fortalecer en los últimos años con la aparición de plataformas privadas y públicas como Proa o el Sistema Nacional de Voluntarios (SINAVOL) del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables,

respectivamente, los cuales buscan conectar empresas, organizaciones y voluntarios.

“Si bien a 2017 se consideraba que la mayoría de empresas desarrollaba programas de voluntariado corporativo como parte de su actividad filantrópica con poco valor esperado para el negocio, progresivamente estamos siendo testigos, en especial en las empresas más grandes, de una migración hacia un enfoque más estratégico del voluntariado, por medio del desarrollo de iniciativas que generen un impacto social significativo y estén alineadas con sus valores y objetivos comerciales de la empresas”, finaliza la vicedecana de la UP. ..

EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO: UNA ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA INCLUSIÓN SOCIAL



XIMENA OTERO I.
Directora de Desarrollo y
Sostenibilidad de CARE Perú

El voluntariado corporativo es una estrategia que puede ser muy enriquecedora para las empresas y la sociedad en general. Es una forma de responsabilidad social que involucra a los colaboradores de una empresa en la realización de actividades solidarias y altruistas, con el apoyo y el compromiso de la organización. Esta práctica es una estrategia para promover una ciudadanía corporativa comprometida, con ética y responsable con su entorno. A su vez, genera beneficios tanto para la comunidad como para la empresa, ya que contribuye al desarrollo sostenible, al fortalecimiento de la cohesión social y al bienestar del clima laboral y la reputación corporativa.

Según el *Estudio de Voluntariado Corporativo en las Empresas*, realizado por Volutare el 2020, el voluntariado corporativo está consolidado en todo el mundo desde hace años, siguiendo un proceso que ha evolucionado a distintos ritmos. En América Latina, el 40 % de las empresas ha creado sus programas de voluntariado corporativo en los últimos cinco años y se evidencia, cada vez más, una mayor alineación de los programas de voluntariado hacia los objetivos de negocio, aportando un mayor valor estratégico e impacto en la compañía.

En el contexto peruano, el voluntariado corporativo se ha vuelto muy relevante en los últimos años, especialmente en el marco de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Según el estudio *Voluntariado Corporativo en el Perú*, realizado por la Asociación de Empresas Privadas

para el Desarrollo Social (ADES) y la Universidad del Pacífico, el 69 % de las empresas encuestadas cuenta con programas de voluntariado corporativo y el 88 % considera que esta práctica aporta al cumplimiento de los ODS.

Por otro lado, cada vez más empresas combinan sus programas de voluntariado con campañas de recaudación de fondos entre sus colaboradores, buscando alinear sus intervenciones en función de las temáticas priorizadas y sus zonas de influencia corporativa. Se trata de buscar la mayor integración del voluntariado en el marco de las estrategias de sostenibilidad e inversión en la comunidad y no como algo al margen y ajeno.

Un ejemplo destacado donde se implementa el voluntariado corporativo es en el proyecto Niñas con Oportunidades, diseñado y ejecutado por CARE Perú desde hace 7 años. Este proyecto tiene como objetivo que niñas y adolescentes de zonas rurales y vulnerables del Perú culminen su educación secundaria en un ambiente de bienestar, libre de estereotipos de género que puedan limitar sus trayectorias educativas fortalecidas en habilidades socioemocionales, educación sexual integral y educación financiera, para hacer realidad sus proyectos de vida.

Empresas como Cummins Perú, Overall, Grupo Aramburú, KPMG, Diners, Crediscotia, Scotiabank, LHH, ALAC OHH, entre otras, apoyan a la sostenibilidad del proyecto Niñas con Oportunidades a través de diversas acciones. Una de ellas es la experiencia del voluntariado corporativo, que se lleva a cabo tanto de manera virtual como presencial. Estas actividades incluyen mentorías inspiracionales y vocacionales, diseño de procesos creativos con muralizaciones donde se plasma parte de lo aprendido en el proyecto, visitas guiadas a empresas y asesorías para gestionar estrategias que puedan contribuir a la sostenibilidad de las ideas de negocios de las estudiantes.

Aunque venimos avanzando, todavía nos queda mucho por hacer para consolidar esta práctica en nuestro país. Para ello, se requiere la participación de todos los actores involucrados: empresas, organizaciones sociales, colaboradores, participantes de los proyectos y autoridades. El voluntariado corporativo representa una oportunidad única para generar valor compartido, transformar realidades y construir un mundo más justo y solidario, generando un triple impacto positivo: en los voluntarios, en la empresa y en la comunidad..

VOLUNTARIADO CORPORATIVO, HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

POR LEYLA PEREA GUERRERO
 Jefe del Programa Voluntarios Telefónica

Estoy convencida del valor del voluntariado corporativo para la empresa y la sociedad peruana. A través de un programa de voluntariado corporativo aprovechamos nuestros recursos eficientemente en actividades y proyectos sociales fortaleciendo el relacionamiento con socios estratégicos como las ONG, las iglesias, las municipalidades, los Gobiernos regionales, así como diversos actores de la sociedad civil y organismos públicos.

Como herramienta de gestión de la responsabilidad social empresarial, el voluntariado corporativo es uno de los pilares de la cultura organizacional en una empresa. Las organizaciones han comprendido que es necesario involucrarse más allá de la propuesta de valor y que promover el voluntariado dentro de sus organizaciones define un círculo virtuoso que enriquece a cada uno de sus actores y fortalece los vínculos necesarios entre la sociedad, el sector público y el sector privado.

Durante la gestión de un programa de voluntariado corporativo, es importante involucrar a los colaboradores quienes pueden desarrollar habilidades y competencias, así como presentar resultados con indicadores claros de desempeño para los líderes de la organización. Las prácticas de voluntariado corporativo aportan beneficios para los stakeholders involucrados: la empresa, los voluntarios y la comunidad.

Por lo tanto, fomentar el voluntariado corporativo es fomentar una triple ganancia e impacto: para la causa en cuestión (para el beneficiario), para el propio voluntario, y también para la empresa donde trabaja el voluntario, pues con-



tribuye a la buena imagen institucional y afianza el sentido de pertenencia del colaborador hacia su empresa.

Con el voluntariado corporativo, las empresas pueden mejorar su clima organizacional, fomentar el desarrollo de competencias en sus trabajadores, fortalecer su vínculo con la comunidad y mejorar su imagen corporativa. Los voluntarios pueden tener contacto con otras realidades, mejorar habilidades de trabajo en equipo y contribuir a su deseo de ayudar a otros.

El reto está en gestionar un voluntariado corporativo cada vez más estra-

tégico para el negocio que, a su vez, represente una contribución oportuna y efectiva al desarrollo sostenible.

El voluntariado corporativo también valora el talento y compromiso de sus voluntarios, promueve el liderazgo, la innovación social y el emprendimiento. Pone en práctica los conocimientos, experiencias y habilidades de los voluntarios para atender de manera innovadora y disruptiva una problemática social que cambie la vida de las personas en forma sostenida, convirtiéndose no solo en líder de su propio proyecto social, sino también en un “agente de cambio social”.

Ejemplo de ello fue el rediseño y transformación total del voluntariado corporativo durante la crisis que trajo el Covid-19. El voluntariado virtual y el uso de canales digitales nos permitió mantener un voluntariado sólido, ágil, descentralizado y transformador para atender las necesidades sociales de personas en situación de vulnerabilidad que se incrementaron durante la crisis sanitaria y económica. En nuestro caso impactamos en más de 70 mil personas en el primer año. No podíamos parar de ayudar en un momento donde el país más nos necesitaba.

En Voluntarios Telefónica queremos contagiar nuestras ganas de ayudar a los demás y ser parte de una solución y de un cambio positivo en el Perú. Queremos fomentar el encuentro de nuestra organización con su comunidad y la interacción entre ambas.

Voluntarios Telefónica es una red solidaria que tiene el propósito de llevar ayuda a quienes más lo necesitan, entregando su tiempo, esfuerzo, conocimiento y recursos para transformar la realidad de las personas menos favorecidas, en concordancia con la labor social, los valores y la estrategia de la compañía. Como programa, logramos movilizar a más de 3000 voluntarios año a año, con más de 25 000 horas de voluntariado en 23 ciudades donde operamos. Nuestro propósito es favorecer la inclusión de colectivos vulnerables, el desarrollo local, así como aportar estratégicamente a la compañía alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

A través de un proyecto de voluntariado, se pone al voluntario al servicio de las comunidades vulnerables y grupos de interés donde opera la organización. Los proyectos sociales pueden lograr un impacto en la comunidad y contribuir con una sociedad más inclusiva, educación de calidad incorporando la tecnología y mostrar un verdadero compromiso con el medio ambiente.

Es un medio valioso para que el sector privado tenga un papel relevante y contribuya con un mejor futuro, pues una empresa socialmente responsable contribuye directamente al desarrollo sostenible de un país.

Todos los días, las organizaciones afrontamos nuevos desafíos por lo que requerimos constantemente dar sentido a las acciones que desarrollamos. Es fundamental compartir esas buenas prácticas con otras empresas.

Voluntarios Telefónica es un programa referente de voluntariado en nuestro país, por la relevancia de sus actividades y por el número de colaboradores comprometidos en hacer labor social. Buscamos convertirnos también en un referente de cómo diseñar con la socie-

ticipes del propósito organizacional, desarrollando un sentido de pertenencia y orgullo hacia la entidad a la que pertenecen.

Respecto a los beneficios que obtiene la empresa, se ha identificado que el voluntariado puede ser una estrategia valiosa para atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, sobre todo en la generación de los *millennials* (Deloitte, 2017). También contribuye con mejoras en la reputación corporativa y en la transparencia en las organizaciones.

Por último, sobre los beneficios que el voluntariado aporta a la sociedad, se ha evidenciado que contribuye a la mejora de la calidad de vida de las personas, de sus comunidades y de sus territorios,

Fomentar el voluntariado corporativo es fomentar una triple ganancia e impacto.

dad civil, un programa de mayor valor estratégico para nuestra compañía, y en alianza con los diferentes sectores, lograr objetivos comunes para contribuir al desarrollo sostenible en su triple dimensión: económica, social y medioambiental.

Los beneficios del voluntariado corporativo

Según un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se menciona que el 87 % de las empresas socialmente responsables en Perú invierten en voluntariado corporativo. Diversos estudios confirman que las acciones de voluntariado pueden desarrollar nuevas competencias en los colaboradores, así como fortalecer habilidades blandas. Asimismo, se ha evidenciado que realizar voluntariado puede generar mayor motivación en los colaboradores, ser más empáticos y felices trabajando, ya que los hace sentir par-

principalmente de los grupos en situación de vulnerabilidad a quienes se dirigen los voluntariados. El impacto puede ser aún mayor cuando los programas o iniciativas son producto de alianzas sólidas con entidades de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales (ONG) o con entidades públicas cuya razón de ser es de interés social, sin fines de lucro y en pro del desarrollo sostenible (Pajo & Lee, 2011).

La importancia de la sociedad civil radica en su amplia experiencia y conocimiento en su comunidad. Ellos pueden identificar de inmediato, las verdaderas necesidades para que las desigualdades sean visibilizadas por el sector privado a través del voluntariado corporativo. De esta manera, el sector privado y la sociedad civil asumen juntos una responsabilidad mayor en el desarrollo económico, social y político del país. ..

VOLUNTARIADO DENTRO DE LA “S” DE EGS



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

El concepto de sostenibilidad no es nuevo, ahora viene empaquetado en un concepto más amplio, más integral que es ESG y el sector privado, ahora más que nunca, se le invita a hacer realidad este sector.

El concepto de ESG, que representa una maduración de la sostenibilidad corporativa, existe desde 2004, y fue mencionado en una publicación del Pacto Mundial con la participación del Banco Mundial. Las empresas que invierten en una operación teniendo en cuenta el *win-win*, como la fórmula, proporcionan que todos ganen a medio plazo, y por tanto, son más perennes. Un concepto aún no tan practicado por el mercado corporativo.

Así, los ESG se ven sobrevalorados gracias a los nuevos requerimientos del mercado financiero y no solo por ellos son considerados por las organizaciones para revisar sus prácticas y sus reportes, presentando resulta-

dos que van mucho más allá del capital exclusivamente, aportando una visión más amplia de los riesgos e impactos que producen.

Hoy quiero centrarme en la “S”: Social, el cual involucra a las personas, interna y externamente, como la calidad de vida, la inclusión y la diversidad, la Inversión Social Privada y los Derechos Humanos.

Ahora vamos a adentrarnos en la “S” del voluntariado, una de las posibilidades dentro de este gran menú.

El voluntariado es una herramienta para las prácticas ESG internas y externas. Su capacidad para involucrar a las personas genera compromiso y acción en los planes de desarrollo socioeconómico y ambiental de la empresa.

El voluntariado es una herramienta para las prácticas ESG internas y externas.

El voluntariado está alineado con otras estrategias ESG como diversidad, alineación con el negocio, resiliencia, inclusión, compromiso, vinculación, entre otras.

El voluntariado corporativo tiene el papel de ser una herramienta para alcanzar los objetivos de sostenibilidad y lo mejor para que el empleado pueda participar en todo el proceso, desde la concepción, pasando por los comités hasta la finalización y señalamiento de resultados, asegurando así un trabajo colectivo eficaz. ..



VOLUNTADES CONSTRUYENDO UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y SIN POBREZA



KARINA SÁNCHEZ AZABACHE
Directora Ejecutiva TECHO PERÚ

El voluntariado representa la unión entre la pasión individual y el impacto colectivo que queremos lograr en la sociedad. Es el vínculo que une habilidades, conocimientos, experiencias y empatía para levantar techos, construir esperanza y transformar la realidad en lugares donde la desigualdad y la necesidad han dejado huella.

Hace más de 10 años, tuve mi primera experiencia de voluntariado en TECHO, una organización latinoamericana conformada por jóvenes voluntarios y voluntarias con gran corazón y con sentido de urgencia para transformar una realidad. Hoy tengo la oportunidad de liderar esta organización en Perú, dedicada al desarrollo sostenible en los asentamientos populares y donde el voluntariado es el cimiento sobre el que construimos puentes hacia un mañana más justo y sin pobreza. Para mí el significado del voluntariado trasciende las palabras; es el latido constante que nutre y da vida a nuestra misión.

Y es que cuando corazones y propósitos convergen, la sostenibilidad se convierte en un viaje compartido, generando un impacto mayor en la sociedad como agentes de cambio. Para ello, es crucial trabajar colaborativamente entre organizaciones sin fines de lucro y empresas, sin perder de vista la participación activa de colaboradores, permitiéndonos moldear un mundo más justo y sostenible.

El voluntariado corporativo no solo aporta recursos financieros, sino que va más allá al involucrar a colaboradores

comprometidos con una causa común. Son ellos quienes, con su experiencia y dedicación, enriquecen cada uno de los proyectos y llevan consigo el mensaje de compromiso social a sus centros de trabajo.

En nuestra experiencia, hemos presenciado cómo el voluntariado corporativo amplía el alcance y el impacto de nuestras iniciativas. La unión entre la experiencia profesional de los colaboradores y la pasión por el cambio social fortalece nuestras acciones, brindando un valor social añadido a cada proyecto que emprendemos. El compromiso de las empresas va más allá de la contribución financiera. Al involucrar a sus colaboradores en actividades de voluntariado, se fomenta un sentido de pertenencia y responsabilidad social. Los colaboradores se convierten en agentes activos de cambio, contribuyendo con su tiempo y habilidades a la transformación positiva de comunidades beneficiarias.

El voluntariado corporativo no solo beneficia a las comunidades beneficiarias; también enriquece a las empresas y a sus colaboradores. Los participantes encuentran una gratificación personal al ser parte de iniciativas con un propósito significativo, lo que alimenta su motivación y orgullo por formar parte de una empresa comprometida con el bienestar social.

La continuación del impulso hacia la participación del voluntariado corporativo en las empresas es fundamental por su capacidad de fomentar un ecosistema de responsabilidad social compartida. Esta participación activa no solo enriquece la cultura empresarial, sino que además refuerza la conexión entre la compañía y su entorno, demostrando un compromiso genuino con la construcción de un mundo más equitativo y sostenible.

Es así que el voluntariado, ya sea individual o corporativo, es la brújula que nos guía hacia un futuro más equitativo y sostenible. Es la confirmación de que, a pesar de los desafíos que enfrentamos en nuestra sociedad, la unión de manos y corazones solidarios puede generar un cambio significativo y perdurable.

El voluntariado, para mí, es la llama que ilumina el camino hacia un mundo más justo y sin pobreza. Es el motor que impulsa nuestra misión y la semilla que florece en un futuro lleno de esperanza para las comunidades con las que trabajamos..

“EL VOLUNTARIADO ES UNA FUERZA ABSOLUTAMENTE IMPORTANTE PARA LA CONSECUCCIÓN DE LOS ODS”

Entre otros puntos, Iraida Manzanilla, coordinadora de la Red Global de Líderes de Voluntariado (GNVL) en América Latina de IAVE, comenta que el voluntariado es una actividad que beneficia tanto a las organizaciones, los voluntarios y, por supuesto, las comunidades.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

¿Cuál es la esencia del voluntariado en los tiempos actuales a los que nos enfrentamos?

Se relaciona con los valores de las personas. Con esa búsqueda de crecimiento personal, de trascender, de dejar un legado, y si combinas todo eso con la voluntad, la persona hará del voluntariado una trayectoria, un camino de aprendizajes. El voluntariado ya no lo vemos más como esa acción caritativa. No se trata puramente de ese concepto de ayuda, sino de sentarme contigo a pensar y trabajar. No trabajar para ti, sino trabajar contigo. Eso es muy importante en el mundo de hoy.

¿Qué cualidades se buscan o distinguen a los voluntarios en la actualidad?

La gran tendencia es cómo disponer las habilidades y las capacidades de las personas al servicio de otros. No solo hablamos de las tradicionalmente profesionales, sino de las que están relacionadas con el saber escuchar, comprender; las habilidades blandas de trabajo en equipo, de liderazgo, que son tan importantes para las empresas hoy en día, por ejemplo. Estas las podemos aprender en el mundo del voluntariado, en el trabajo con las ONG.

El aporte del voluntariado va más allá de alguna especialización...

El gran cambio sucede cuando las personas piensan en todo lo que saben, del campo que sea, y en cómo pueden transmitir eso a otros. No hay que pensar solo en la parte profesional. Cuánto han apoyado los jóvenes a las generaciones mayores a comprender



Iraida Manzanilla
Coordinadora de la Red Global de Líderes de Voluntariado (GNVL) en América Latina de la Asociación Internacional para el Esfuerzo Voluntario (IAVE, por sus siglas en inglés)

el mundo digital, a poder manejarlo. Se puede hablar de muchísimos temas desde su aporte. El voluntariado lo permite porque precisamente es muy variado.

El desarrollo sostenible es una prioridad global. ¿Qué papel tiene el voluntariado al respecto?

Naciones Unidas ha reconocido que el voluntariado es una fuerza absolutamente importante para la consecución de los ODS. Considero que es un trabajo de todos y nadie debe quedar atrás, y todo el mundo debe sentirse involucrado si está lo suficientemente informado. Ha ido decantando cada vez más no solo en las empresas, sino en las ONG

el entender cuál es el papel que tienen para contribuir con la consecución de algunos de estos objetivos.

En esa línea, ¿cuál es el lugar que ocupa el voluntariado dentro de las empresas que buscan coadyuvar al logro de estos ODS?

Las empresas, con sus programas de responsabilidad social y voluntariado corporativo, cada vez más están apuntando a identificar sus esfuerzos para contribuir con algunos de estos ODS. Si bien la sostenibilidad es hoy en día la denominación que recibe la responsabilidad social, el voluntariado no hace otra cosa que fortalecer, ayudar y cooperar con esas políticas de sostenibilidad y responsabilidad social que tanto las empresas, como las organizaciones y los Gobiernos tienen.

¿Qué importante resulta promover la actividad del voluntariado en la sociedad?

Tú puedes formar un voluntario que seguramente será un buen ciudadano. En cambio, puedes formar un ciudadano que no necesariamente será un voluntario. Respeto, comprensión y otros valores son aspectos fundamentales para desarrollar la actividad del voluntariado, y una cultura del mismo.

¿Cuál considera que es el nivel de cultura de voluntariado que existe entre los latinos?

Siento que en América Latina a veces no nos reconocemos como voluntarios, lo hacemos más bajo el concepto de solidaridad, de apoyo o de ayuda. Para las culturas anglosajonas es algo que está dentro de su ADN, forma parte de su cultura ancestral, religiosa, etc. Nosotros también tenemos eso, pero quizá no lo llamamos voluntariado. Entonces encontramos fórmulas de ayuda mutua y de apoyo comunitario, que no necesariamente se denominan voluntariados, pero sí lo son.

Sería importante contar con una medición de estas actividades en la región...

Se está haciendo un gran esfuerzo. Para medir y registrar datos se re-

quiere inversión y las comunidades, organizadas o no, no tienen necesariamente los recursos. Contamos con censos y encuestas de la OIT que nos dan alguna pauta de cuánto voluntariado realiza la gente hoy.

Hay quizá diferencias culturales que pareciera que estamos hablando de cosas distintas. En el fondo se trata de esa maravillosa expresión de acompañamiento de un ser humano a otro, incluyendo ahora el planeta. Siempre hablabamos de personas o de organizaciones que atienden a personas, pero hoy el planeta forma parte de este objetivo que tenemos que respetar y cuidar.

Las empresas vienen buscando estas capacidades y habilidades que son muy propias de los voluntarios.

¿De qué beneficios podemos hablar en el desarrollo de la actividad de voluntariado?

Una vez escuché esta frase que al inicio me pareció antipática, pero después comprendí que tenían toda la razón: “El voluntariado es un negocio redondo”. Y lo es porque es bueno para la empresa, el empleado, la comunidad, lo es para todos. Por ejemplo, no solo es bueno para demostrar que una organización tiene claro el sentido de responsabilidad social; sino que cuando comprende lo importante que es para el desarrollo de su capital humano, entonces ve en el voluntariado un valor de mayor trascendencia.

Desde IAVE, ¿qué actividades han venido desarrollando en favor del movimiento de voluntariado?

Contamos con una red global de liderazgo en voluntariado. Me corresponde coordinar América Latina, donde tenemos a 12 países involucrados y más de 15 organizaciones. Hay países, como Perú, donde se tiene identificada a más de una con ese perfil. A través de esa red com-

partimos información de lo que sucede al respecto en todas partes del mundo. Contamos con un boletín mensual que nos pone al día con un gran énfasis en que la información que brindamos tiene un respaldo. Nuestra próxima conferencia mundial será en Busan (Corea del Sur) en octubre del 2024.

¿Qué enfoque tienen estas conferencias?

El tema de esta es “El poder de las personas: crear un futuro sostenible a través del voluntariado”. Hay un equipo técnico que está haciendo todo el despliegue de los temas que se van a tratar y vamos a convocar a expertos

de todo el mundo que tengan investigaciones de al menos 2 años de vigencia. Buscamos contar con la mejor calidad y mayor cantidad de información dentro de un evento como este. Son encuentros de gran aprendizaje. El voluntariado es una gran escuela, una gran experiencia. Uno recibe más de lo que da.

¿De qué forma la gente puede formar parte de IAVE?

Cualquier persona puede formar parte de IAVE como embajador de voluntariado, lo cual no implica ningún costo, pero significa respaldar el movimiento voluntario mundial. También puede ser un miembro con membresía pagada para acceder a ciertas ventajas como información de primera mano. Además, la posibilidad de recibir apoyo para asistir a las conferencias mundiales, entre otros eventos; y porque es una fuente muy rica de información para todo aquel que quiera saber más o quiera compartir su experiencia con otras personas y organizaciones de otros países en la red global de América Latina. ..

VOLUNTARIADO, UNA FORMA DE PROMOVER BUENA CIUDADANÍA EN EL PERÚ

De acuerdo a algunos estudios, en el país existe disposición por parte de las personas para compartir su tiempo y talento con organizaciones de voluntariado.

De este modo, las posibilidades de formar ciudadanos con valores y comprometidos con el desarrollo sostenible son enormes, siempre y cuando se gesté desde una buena planificación e impulse la mejora de la normativa existente.

POR RENZO ROJAS
rojas@stakeholders.com.pe

El voluntariado puede ser una vía para construir una mejor ciudadanía en el Perú. Hace posible contar con ciudadanos conscientes y, sobre todo, activos frente a los problemas que afrontan sus semejantes. En ese sentido, contribuye al desarrollo de una agenda social en favor de los grupos más vulnerables y, además, es una fuerza de envergadura ante los retos medioambientales.

Ricardo Miranda, jefe de programas y proyectos en la Dirección de Sostenibilidad de la USIL, se muestra convencido de que el voluntariado puede coadyuvar a que las personas tomen conciencia sobre los problemas estructurales que afectan al país. Resalta su contribución, ya que mediante esta actividad se permite también acercar el tiempo y el talento de voluntarios hacia la consecución de objetivos que se relacionan directamente con la Agenda 2030 de la ONU.

“Se puede dirigir el aporte de las escuelas y las universidades hacia temas de protección ambiental. También a los investigadores o docentes hacia aspectos de crisis alimentaria y más. El voluntariado es un camino. Una forma de ampliar el alcance de los programas sociales y ambientales que surgen del Estado, sector privado, ONG, entre otras entidades”, sostiene.

Son numerosos los ejemplos de programas de voluntariados que aportan es-



Ricardo Miranda
Jefe de programas y proyectos en la Dirección de Sostenibilidad de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)



Andrés Medina
Coordinador nacional de Voluntariado, Juventud y Desarrollo de Filiales de la Cruz Roja Peruana

pecialmente en situaciones de complejidad. Un caso resaltante es el de la Cruz Roja Peruana, que tiene al voluntariado como pilar. De acuerdo con Andrés Medina, coordinador nacional de Voluntariado, Juventud y Desarrollo de Filiales

de esta institución, no hay acción que la organización sin fines de lucro realice sin los voluntarios.

“Quienes ejecutan las actividades son los voluntarios en más de 30 filiales a nivel nacional. Contamos con más de 5000 voluntarios. Algunos con más de 20 años de participación. También con aquellos que recientemente se han graduado. Esa es la riqueza de nuestro programa. Tienes que poseer una mística no solo de querer ayudar, sino de aprender a ayudar bien”, explica.

Con un alcance en casi 20 departamentos del país, la Cruz Roja Peruana apoya y asiste a comunidades vulnerables en diversas situaciones de emergencias o desastres naturales, por ejemplo. En este propósito, los voluntarios son parte fundamental de las actividades, por lo que su compromiso se traduce en la aplicación de sus habilidades y capacidades, así como en la puesta en práctica de valores, justamente aquellos que distinguen a un buen ciudadano.

Trascender y contribuir

Vale precisar que es erróneo pensar que el voluntariado es una acción únicamente caritativa. Figura una serie de beneficios tanto para el voluntario como para el beneficiario. Ricardo Miranda, quien además se ha desempeñado como director nacional de voluntariado en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, señala que si bien una persona puede optar por

ser voluntario debido a un interés en particular primero, el objetivo es que hallé después una motivación en cooperar al desarrollo de su país.

“Quienes gestionamos el voluntariado nos tenemos que hacer cargo de que esa motivación, que al inicio pudo ser extrínseca, se vuelva intrínseca; que se encuentre esa satisfacción por ayudar, hacer el bien, donar tu tiempo y talento”, precisa.

Justamente, continúa, el reto de los gestores de voluntariado radica ahora en no solo convocar a los participantes, sino también en contribuir a su buen perfil, asignarles las tareas y las herramientas adecuadas, y motivarlos constantemente para que encuentren la posibilidad de trascender.

El representante de la USIL vincula, además, esta trascendencia con la formación de un buen ciudadano. En esa línea, detalla que desde el voluntariado se puede visionar qué capacidades o valores se necesitan en la sociedad, para que así se promueva la ciudadanía desde los programas correspondientes de manera estratégica.

“Necesitamos un ciudadano comprometido, tolerante, empático, participativo, responsable; todas estas son competencias que podríamos desarrollar en los voluntariados”, remarca.



¿Somos voluntarios los peruanos?

En consideración de Ricardo Miranda, Perú es un país de voluntarios y voluntarias. Esto se relaciona con el carácter emprendedor y solidario de por sí del peruano. Subraya que, según el *World Giving Index 2022*, el país ocupa el puesto 51 respecto al tiempo que le dedican las personas al voluntariado.

“Si lo comparamos con la cifra de hace 5 o 6 años, el Perú estaba en el puesto 87”, puntualiza.

Para Andrés Medina, sí existe en la población la intención y la expectativa por involucrarse en programas de voluntariado. Sin embargo, hace hincapié en que hace falta mucho trabajo en aspectos como la protección del voluntario, la eliminación del sesgo sobre que el voluntariado reemplaza

actividades sin financiamiento, entre otros puntos, los cuales podrían ser abordados desde la normatividad.

“Somos uno de los pocos países en el mundo que cuenta con una Ley General del Voluntariado. Es decir, que establece unos criterios, aunque existe ciertas incongruencias dentro de la norma como tal. Es del 2004, y debió haber sido revisada y actualizada hace mucho tiempo. Considero que la gente tiene mucha voluntad, pero nos falta ordenar nuestro sistema nacional de voluntariado”, argumenta.

Entre otras falencias, agrega que es imprescindible en el país agilizar mecanismos para que las organizaciones de voluntariado puedan registrarse de una forma más rápida, y así obtener algunos beneficios que les permitan ser sostenibles y crecer. Pone como ejemplo específico el caso de las donaciones, las cuales están reguladas pero bajo un proceso burocrático engorroso que no facilita actividades propias de los voluntariados.

“Actualizar esa ley sería necesario en un principio. La Cruz Roja Peruana forma parte de la Comisión Nacional de Voluntariado. Desde hace algunos años atrás venimos insistiendo al respecto. (...) Se ha revisado una nueva ley nacional de voluntariado tratando de impulsar el tema de las acciones, de organización, pero también en torno a la protección del voluntario. Por ejemplo, si sufre un accidente para que pueda ser atendido inmediatamente en un centro médico sin necesidad de inscripción”, enfatiza..

Contribución empresarial

Andrés Medina indica que gran parte de la contribución que realiza la Cruz Roja Peruana en el país es gracias no solo al compromiso de los voluntarios, sino también al apoyo del sector privado. Desde contar con voluntarios de las compañías en actividades específicas, hasta la donación de víveres o equipos para situaciones de emergencia, todas las organizaciones pueden sumarse en general a ayudar y asistir a los grupos más vulnerables.

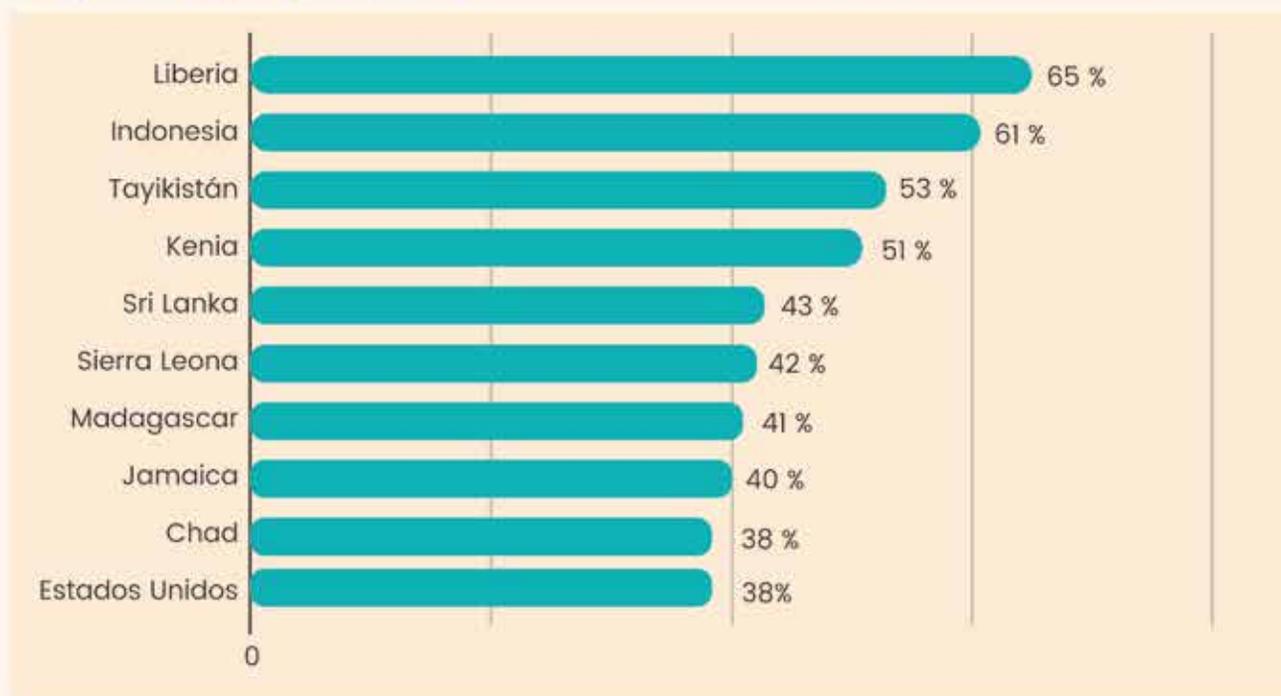
“Todas las empresas pueden incorporarse a las acciones de la Cruz Roja de distintas formas. En tiempos de pandemia, por ejemplo, trabajamos con Nestlé. Hicieron donaciones, pero también sus voluntarios participaron en los almacenes para seleccionar productos y armar kits de ayuda”, concluye.

LOS PAÍSES CON MAYOR TASA DE VOLUNTARIADO EN EL MUNDO

El *World Giving Index 2023* (Índice de Dar), realizado por Charities Aid Foundation (CAF), identifica a los países en donde las personas dedican parte de su tiempo al voluntariado en organizaciones. El análisis se basa en una encuesta realizada a casi 150 mil personas en todo el mundo por parte de Gallup en 2022.

142 países se incluyen en el índice de este año

Top 10 de países (tasa de participación en voluntariados)



La encuesta en sí responde a tres preguntas clave: ¿has donado dinero a una organización benéfica?, ¿has ayudado a un extraño o alguien? y ¿has ofrecido tu tiempo como voluntario a una organización? Es de esta última interrogante que resulta el ranking anterior.



Indonesia

es el país catalogado como el más generoso (resultado de las tres preguntas)



114

es el puesto de Perú en el *World Giving Index 2023* (resultado de las tres preguntas)

Específicamente en voluntariado, el **18 %** de encuestados respondió haber dado su tiempo a alguna organización en el tema.

En el índice del 2022, tuvo una tasa de voluntariado de **24 %**. El informe situó al país en el puesto 51 entre 119 naciones solo en este ítem.

EL VOLUNTARIADO PROFESIONAL COMO MECANISMO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL



LUIS MIGUEL STARKE
Presidente y fundador de Crea+ Perú

El voluntariado no solo es un vehículo de solidaridad y asistencia social, para mí el voluntariado es un mecanismo de transformación social.

Para explicar este concepto, quisiera empezar recordando dos declaraciones que llamaron mi atención en los últimos días y años. Hace poco, Paolo Guerrero, el capitán de la selección peruana de fútbol, dijo en una entrevista que “el Perú necesita una transformación profunda, de raíz”, pues para él en el país existe mucha “envidia” y gente mal intencionada. Esto trajo a mi mente la famosa y muy repetida frase “el peor enemigo de un peruano es otro peruano”.

La segunda declaración se enmarca en el contexto de las eliminatorias para el Mundial de Rusia 2018, en la que la selección de Perú jugó a gran nivel clasificando finalmente al mundial. Un reconocido periodista colombiano dijo en un programa en vivo para él “Perú era Brasil pero con freno de mano mental”.

“Transformación de raíz” y “mentalidad”. Desde mi punto de vista, el origen de los problemas que afronta el Perú es invisible, y su cura requiere efectivamente la transformación de nuestra “mentalidad colectiva”, lo que denomino Mindset Colectivo. Allí es donde los espacios de voluntariado podrían tener un rol relevante.

Para transformar el Mindset Colectivo de un país, se requieren diversas iniciativas virales que promuevan nuevos marcos de referencia, nuevos referentes, nuevos sistemas de creencias, nuevas formas de pensar que en algún momento se establezcan como la estructura común de pensamiento en el país. Necesitamos entender y creer que es posible vivir en una

sociedad en la que impere el respeto por la ley, en donde las personas no hagan trampa cada vez que puedan, en la que lo público (lo que es de todos) no se utilice como un botón personal, en la que la solidaridad y ayuda al prójimo sea parte de nuestra vida cotidiana.

Creamas y sus programas de voluntariado apuntan a impulsar esta transformación del Mindset Colectivo de los peruanos y peruanas con una serie de acciones puntuales, entre ellas la creación de un Voluntariado Profesional, y la enseñanza de Inspirazgo, un nuevo estilo de liderar.

Hablemos de la primera.

El Voluntariado Profesional es un concepto que desarrollé en 2009. Mi intención era crear una cultura (mentalidad) en la que se dejara de ver al voluntariado como una actividad con poco valor. Estadísticas muestran que la mayoría de personas que se inscriben a una actividad de voluntariado no asisten a la fecha comprometida. Creen que al no ser una actividad “remunerada” o “pagada” tienen permiso para incumplir. En otras palabras, creen que “la palabra, la reputación y la credibilidad” personal no valen nada si es que no hay un pago de por medio. Y eso es lo que el concepto “Voluntariado Profesional” transformó.

Un Creando, o voluntario de Creamas, es un voluntario profesional. Para poder participar de Creamas tiene que postular, es decir, aprobar pruebas psicológicas y pruebas de habilidad blandas. Luego, debe pasar por una inducción y capacitación obligatoria, para recién permitirle ser parte de nuestro equipo. Finalmente, este voluntario se compromete a asistir de forma ininterrumpida durante 10 fines de semana a escuelas públicas a compartir su talento o profesión. Si vamos a hacer voluntariado, hagámoslo bien, hagámoslo profesionalmente. No con flojera, no sin ganas, no pensando en que “deberían agradecerme por venir”. Hagámoslo de manera profesional, seria, comprometida, como los que fueran a recibir la ayuda fueran tus propios hijos. Esta es una de las transformaciones mentales que producimos en Creamas.

Esta es la forma en la que los programas de voluntariado pueden ayudar y contribuir en la transformación del Mindset Colectivo de un país. Debemos aprovechar estos espacios para desaprender y aprender nuevas creencias, aprender a aprender. Pensando así, los voluntarios podrían convertirse en el motor que impulse la transformación que tanto deseamos...

UNIÓN Y ESPERANZA: ESTA NO ES UNA CANCIÓN DE NAVIDAD



SANDRA SALCEDO ARNAIZ
Jefa de proyectos gremiales en la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc)

Una semana después de haberse decretado la inmovilidad por la llegada del Covid - 19, más de 20 mil ciudadanos se habían puesto a disposición de manera voluntaria en medio de la crisis sanitaria. El objetivo era claro: desde sus propias emergencias, debían formarse y dar soporte a distancia a adultos mayores y personas con discapacidad severa. El resultado: más de medio millón de llamadas de acompañamiento, soporte emocional y levantamiento de alertas de riesgo a 200 mil personas en estado de vulnerabilidad extrema. Nunca en nuestra historia se había hablado de la posibilidad de convocar a un voluntariado telefónico masivo, tampoco de cómo se implementaría eso en medio de una pandemia global, mucho menos de liderarlo desde el Ejecutivo, y se hizo.

Una pandemia, una debacle política sin precedentes, una migración para la que nadie podía estar preparado, crecientes olas de violencias, un ciclón y algunos fenómenos El Niño después, nos dejan ante el revelador giro lingüístico que nos mueve del “sentirnos optimistas” al “no perder la esperanza” que pone en evidencia dónde andamos. No es una cuestión menor salir a rastras del mito de que “pase lo que pase todo estará bien” para acercarnos a la pregunta urgente de “qué hacemos, entre tanto caos y frustración, para que algo vaya mejor”.

Sin decidirlo, nos estamos mudando de a poquitos del pent house del optimismo a la casita caliente de la esperanza, de una perspectiva que se centra en las possibili-

dades de que las cosas saldrán bien a una que se enfoca en las acciones personales y grupales que podemos llevar a cabo para mejorar una situación en medio de la desesperación.

Como en el caso de los voluntarios al inicio de esta nota, para que este movimiento, que se da en el pensamiento del corazón hacia la esperanza, impacte positivamente en la realidad, debe ir acompañado de una búsqueda honesta y legítima de nuestros puntos de encuentro; esos mínimos sobre los cuales podemos avanzar juntos. Las áreas de desencuentro, esas en las que sentimos diferencias irreconciliables ya las tenemos sobre identificadas. La brecha que hay que cerrar es la de constituir sentidos comunes para lo que se entiende como diferente a uno. Esperemos que, en estas fiestas navideñas, cuando nos encontremos tarareando algún villancico, los versos de “unión y esperanza” cobren un sentido distinto que nos inspire para llevar a la acción eso que queremos que suceda este 2024. ..



DEL AULA A LA COMUNIDAD: EL VOLUNTARIADO COMO EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA DE APRENDIZAJE



LADY MORALES
Coordinadora de Responsabilidad Social UPN

Desde la promulgación de nueva Ley Universitaria (30220), primera en Latinoamérica en plantear la obligatoriedad de la Responsabilidad Social en las universidades, se reta a los directivos de educación superior a salir de su zona de confort y reformular sus acciones para generar cambios reales en la sociedad y el cuidado del ambiente.

Es así como la Universidad Privada del Norte, desde la Gerencia de Responsabilidad Social, aplicamos la metodología de Aprendizaje y Servicio que es un camino más allá del “hacer”, motivando un trabajo conjunto entre estudiantes, docentes, colaboradores y aliados, para llegar al “ser”, y lograr la sostenibilidad integral que tanto necesita el planeta.

La voluntad no se enseña, se vive. Por ello, con nuestro Programa de Voluntariado de sensibilización, acercamos iniciativas socioambientales a los campus de Lima, Trujillo y Cajamarca. Hemos iniciado el proyecto este año 2023, y logramos 19 salidas con 556 estudiantes participantes en campañas de arborización y plantamos alrededor de 225 árboles en Lima. De la mano del Gobierno Regional, Bicentenario del Perú y municipios distritales con sus programas sociales en Trujillo y Cajamarca, participamos de la limpieza de ríos y de zonas arqueológicas.

También fuimos parte del Reto Bicentenario, donde recoopilamos más de 6 toneladas de residuos en playas limeñas. Además, este año fuimos parte de la Gran Cruzada Verde, realizada por el Ministerio del Ambiente, arborizando parte del Trébol de la Panamericana Norte en Lima. Con este

programa, el estudiante toma conciencia del entorno, lo conoce, lo hace suyo y ejecuta una acción concreta donde dejar huella.

Al avivar el espíritu del estudiante y darle significado al “hacer”, la formación es el siguiente paso, porque buscamos la sostenibilidad de nuestras acciones. Por ello este 2023 iniciamos el Programa Formativo para universitarios “Agentes de Cambio” como el camino hacia el “ser”; logrando que el futuro profesional reciba conocimientos en gestión de proyectos, comparta clases maestras y aterrice sus ideas sobre temas de coyuntura, en casos como el Fenómeno del Niño, sostenibilidad y formulación de iniciativas sociales. De esta forma incentivamos el pensamiento crítico, desarrollamos un proceso innovador y contribuimos al desarrollo sostenible. Este año, el programa “Agentes de Cambio” ganó el Premio Metropolitano de Lima (PREMEVOL) como mejor Voluntariado Universitario y es gracias a la innovadora propuesta de generar impacto desde las aulas.

Ser responsable socialmente es un deber hoy en día. Por ello los estudiantes que cursan los últimos ciclos cuentan con la modalidad de Voluntariado Especializado, donde podrán verter sus conocimientos de carrera en un proyecto social para una organización sin fines de lucro. Hoy, tenemos más de mil estudiantes en esta modalidad, que aportan con más 320 mil horas de prácticas profesionales ejecutadas en 45 ONG aliadas a la fecha.

¿Y qué pasa luego?, nuestros egresados son más conscientes de la sociedad en la que viven gracias a este proceso de responsabilidad social y profesionalismo del voluntariado. Serán ciudadanos socialmente responsables, como lo hace Y.S.A, quien es egresado de la UPN en la carrera de Ingeniería e ingresó a la ONG Equilibrio como voluntario hace 3 años y hoy es coordinador general realizando un trabajo con propósito que deja huella.

Todo esto es posible porque nuestra cultura interna fomenta las competencias compartidas de “poner a las personas en el centro” y “hacer que las cosas sucedan”, además de nuestra competencia de liderazgo a través de las personas.

El 5 de diciembre se conmemoró el Día Internacional del Voluntariado y queremos felicitar a todos y todas nuestras voluntarias, que miran más allá de los problemas y llevan esa conciencia socioambiental a su hogar, centro de trabajo y entorno. ..

¿PUEDEN LOS VOLUNTARIADOS CORPORATIVOS FORTALECER LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS CON SUS TRABAJADORES?

Los voluntariados corporativos emergen como una poderosa herramienta para fortalecer la cultura en las empresas. Estas iniciativas van más allá de la labor filantrópica, convirtiéndose en un motor que impulsa la colaboración, el sentido de pertenencia y la conexión entre los colaboradores.

Según un estudio realizado recientemente por la plataforma de protección personalizada con beneficios e impacto social, Betterfly, junto con la firma de investigación de mercado chilena Critería, en el que se encuestó a 3500 colaboradores de Latinoamérica, un 42 % señala que su empresa declara de forma explícita un propósito más allá de la generación de ingresos, pero esta cifra baja cuando se trata de la congruencia entre el propósito de la compañía y el personal, llegando a un 38 %. Sin embargo, en Perú, la cifra baja aún más, ya que solo el 31 % de encuestados respondió que su organización declara de manera explícita el tener un propósito empresarial.

Frente a este escenario, una de las maneras con las que las empresas peruanas pueden contribuir a tener un impacto positivo y común con sus equipos y, a la par, generar un impacto real y positivo para beneficio de su entorno es la implementación de voluntariados corporativos. “Este enfoque en el valor compartido resalta la importancia que las empresas y organizaciones otorgan al compromiso social, convirtiéndose esta en una herramienta para fortalecer sus culturas internas y contribuir al bienestar de la sociedad”, explica el gerente de estrategia e impacto de Betterfly, Joao Figueira.

Así, tanto grandes como pequeñas empresas pueden verse beneficiados por esta práctica, en diferentes áreas y niveles. Algunos de los beneficios son:



- **Beneficios tangibles en la cultura:**

Los voluntariados corporativos no solo generan un impacto positivo en las comunidades a las que sirven, sino que también desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de una cultura organizacional sólida. Al participar en actividades altruistas, los empleados experimentan un aumento en la satisfacción laboral, fomentando un ambiente de trabajo positivo y motivador.

- **Fomenta la colaboración y el compromiso:**

Pues crea lazos que trascienden las funciones laborales diarias. Esta experiencia compartida nutre el espíritu de equipo, promoviendo un ambiente donde los valores fundamentales de la empresa se viven de manera tangible.

- **Genera conexiones significativas:**

Al unirse para contribuir al bienestar de la comunidad, los empleados establecen conexiones significativas más allá del entorno laboral. Estas conexiones se traducen en relaciones más sólidas en el trabajo, mejorando la comunicación y la cohesión dentro de la empresa.

- **Compromiso social como pilar em-**

presarial: Estas iniciativas se posicionan como un pilar fundamental en la estrategia de responsabilidad social empresarial. Al integrar el compromiso social en el núcleo de la cultura empresarial, las organizaciones no solo cumplen con su deber cívico, sino que también contribuyen al crecimiento sostenible y al bienestar general.

Empresas como Betterfly promueven y celebran los voluntariados corporativos por medio de su programa de recompensas. Cada vez que un colaborador genera una acción positiva para beneficio propio, o el de su entorno, como lo es meditar, o hacer pausas activas, es recompensado por medio de *better coins* con las cuales es posible hacer donaciones.

“En Betterfly, reconocemos la importancia de los voluntariados corporativos como catalizadores de una cultura empresarial vibrante y comprometida. Nos enorgullece fomentar iniciativas que no solo impactan positivamente a las comunidades, sino que también fortalecen los lazos internos y cultivan un sentido de propósito compartido”, concluye Figueira. ..

“AMO EL RÍO VIENE DEMOSTRANDO QUE LOS JÓVENES SON LOS AGENTES DE CAMBIO”

Marcia Cruz, oficial asociado de Comunicaciones y Marketing de WWF Perú, brinda detalles acerca de la iniciativa Amo el Río ubicada en la Amazonía del país, la cual bajo la óptica de voluntariado invita a jóvenes a participar en la protección de este ecosistema.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

¿Quiénes participan en Amo el Río para contribuir al cuidado de la biodiversidad y del medio ambiente?

Los jóvenes entre 18 a 34 años que viven en las ciudades amazónicas de Iquitos, Pucallpa, Puerto Maldonado y Tarapoto pueden sumarse a Amo el Río, la iniciativa que lidera WWF Perú con el objetivo de fortalecer la conexión emocional de los jóvenes amazónicos con sus ríos.

¿En qué consiste precisamente esta iniciativa y cómo contribuye a la conservación y protección de la Amazonía?

Amo el Río realiza intervenciones urbanas, como jornadas de limpiezas de río, talleres técnicos sobre la importancia de la coexistencia con la biodiversidad, activaciones digitales, murales, activaciones culturales, talleres con universidades y también da a conocer las iniciativas que más jóvenes realizan a favor del cuidado del medio ambiente.

En ese sentido, ¿cómo se inserta el rol de los jóvenes en las actividades que realizan desde el voluntariado?

Amo el Río busca acercar el río y las alternativas para promover su protección en el día a día de la población juvenil amazónica, reconociendo la importancia del liderazgo juvenil para conectar con las generaciones más pequeñas y también más antiguas. Amo el Río reconoce que existen diferentes perfiles, intereses, sueños y realidades en los jóvenes de cada ciudad. Por ello, moviliza la pro-



Marcia Cruz
Oficial asociado de Comunicaciones y Marketing de WWF Perú

tección del río alrededor de cuatro ejes, los cuales responden a algunas de las principales problemáticas del río: Amo el Río Vivo, Amo el Río Sano, Amo el Río Libre y Amo el Río Limpio.

¿Con qué otras entidades han articulado en favor de este programa?

Venimos promoviendo el trabajo articulado entre diferentes actores y sectores, como el Ministerio de Cultura a través de las Direcciones Desconcertadas de Cultura de cada región, universidades e institutos, medios de comunicación, centros de investigación, actores públicos, etc. Amo el Río ha llegado en el último año a más de 350 mil personas gracias a los medios digitales.

¿Qué expectativas tienen respecto a la iniciativa con miras a este 2024?

Amo el Río viene demostrando que

los jóvenes son los agentes de cambio y protagonistas de las diferentes intervenciones creativas y de educación ambiental a favor del cuidado de los ecosistemas de agua dulce en sus urbes. Como WWF Perú, tenemos la expectativa de llegar a más ciudades de la Amazonía y de otras regiones y ecosistemas.

¿Qué importante es el liderazgo de los jóvenes en este caso?

Además del requisito de pertenecer al rango de edad mencionado anteriormente, Amo el Río invita a que los jóvenes interesados en formar parte del colectivo puedan pactar compromisos a incorporar en sus vidas cotidianas, de manera individual o grupal. Es por ello que Amo el Río promueve el liderazgo de los colectivos locales juveniles que ya vienen trabajando en cada ciudad, buscando darles visibilidad que pueda facilitar la aparición de nuevas alianzas estratégicas y maximizar el alcance del trabajo en equipo.

¿Cuál sería su mensaje a los jóvenes para sumarse a esta iniciativa que protege y revalora la Amazonía?

Esperamos que se sumen a inspirar e incentivar a la población a convertirse en los principales guardianes de sus ríos. El ejemplo del accionar positivo que cada joven puede tener a nivel individual repercute en el colectivo. Invitamos a que todos los y las jóvenes que sientan el llamado a cuidar la Amazonía, continúen sumando a las actividades que existen en sus localidades...



Carlos Castillo - Gerente de Marketing, Comunicaciones y ESG NTT DATA Perú; María Elena Hatachi - Directora Institución Educativa N°5156 "Eliás Aguirre Romero"; Javier Hoyle - CEO NTT DATA Perú; Ursula Chávez - Líder de Sostenibilidad NTT DATA Perú

AULAS TECH: LA INICIATIVA QUE TRANSFORMA LA EDUCACIÓN DE COLEGIOS PÚBLICOS EN EL PERÚ

La Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero (Ventanilla) cuenta desde ahora con un aula de cómputo con todo lo necesario para la educación de su comunidad gracias a esta iniciativa de NTT DATA Perú.

El Programa Aulas Tech es una iniciativa que nace en NTT DATA Perú con el propósito de transformar las vidas de los estudiantes con escasos recursos económicos de instituciones educativas públicas en estado precario.

El objetivo del programa es implementar un aula de cómputo con equipamiento, mobiliario, mejora de la infraestructura e internet, para que los estudiantes se desenvuelvan en entornos de tecnología.

Es un programa que tiene un componente muy importante de voluntariado, y va dirigido al 100 % de los colaboradores de la empresa. Los pilares de este programa son: i) La gente y la sociedad nos motivan, ii) El planeta nos motiva, iii) El impacto nos motiva y iv) La tecnología nos motiva.

Mediante este programa, se promueve la responsabilidad social, la labor social y apoyo a la educación, el voluntariado y el uso responsable de la tecnología.

El primer colegio en el cual se está desarrollando esta iniciativa es la Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero.

Inauguración del proyecto Aulas Tech

El 30 de mayo de 2023 se inauguró el Proyecto Aulas Tech en NTT DATA con la presencia de María Elena Hatachi Guivin, directora de la Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero, ocho profesores, y Julio César Castillo Carrión, director de la UGEL Ventanilla. Javier Joaquín Hoyle Passano, Gerente General de NTT DATA Perú, también participó.





Durante el evento, el CEO de NTT DATA Perú dio la bienvenida y entregó ocho laptops a los profesores. Se firmó el Convenio de Cooperación entre NTT DATA Perú y la UGEL Ventanilla, beneficiando a 714 estudiantes del colegio Elías Aguirre Romero. Además, se ofreció una charla sobre tecnologías de metaverso para los participantes, quienes además pudieron probar los oculus y vivir una experiencia en el mundo virtual.

Voluntariado Aulas Tech

El sábado 17 de junio se llevó a cabo el voluntariado en la Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero, ubicado en Ventanilla, como parte de las actividades planificadas en el Programa Aulas Tech. Se contó con la participación de 81 voluntarios (colaboradores y familiares), quienes realizaron el pintado de las aulas de primaria y secundaria, el armado y entrega de 747 kits escolares, el sembrado de plantas en tres zonas del colegio y la limpieza de aulas. Asimismo, como parte de la contribución de la empresa al colegio, se instaló una malla raschel en el patio de secundaria, para que los estudiantes puedan tener un espacio protegidos de los rayos solares. Los profesores y estudiantes estuvieron muy agradecidos por toda la colaboración realizada ese día.



Capacitación tecnológica – Transformando vidas

Entre junio y septiembre de 2023, un grupo de diez voluntarios de NTT DATA Perú colaboraron en la formación de los ocho profesores en el uso de Windows y Microsoft Office, incluyendo Word, Excel y PowerPoint. Al concluir este período de capacitación, los profesores fueron otorgados con un diploma, elevando sus competencias informáticas y permitiéndoles compartir ese conocimiento con sus estudiantes.





Inauguración del aula de cómputo

El 13 de octubre de 2023 comenzó la construcción del aula de cómputo en la Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero, culminando con su inauguración el 29 de noviembre de 2023. En la emotiva ceremonia participaron Javier Hoyle, Gerente General de NTT DATA PERÚ, María Elena Hatachi, directora del colegio, y los 714 alumnos de primaria y secundaria, quienes expresaron gratitud mediante carteles.

En la ceremonia de apertura, con himno nacional, agradecimientos y discurso del Gerente General, se inauguró oficialmente el aula con revelación de placa y corte de cinta a cargo del Gerente General y la directora. Posteriormente, se presentó el aula seguida de toma de fotografías.

Este espacio, con 11 laptops donadas por NTT DATA y 20 por EPC PERÚ (contratista de NTT DATA), equipadas en su totalidad con Microsoft Office, brinda a los alumnos la oportunidad de aprender Excel, Word y PowerPoint, Internet Explorer, entre otras aplicaciones de informática. Además, el aula fue implementada con mobiliario, televisor, pizarra e internet, ofreciendo a los estudiantes la posibilidad de adquirir conocimientos en informática y acceder a la tecnología, abriendo perspectivas para su desarrollo futuro.

Voluntariado “FeliciDar”

El 16 de diciembre de 2023, se llevó a cabo el evento solidario de Navidad “FeliciDar” en la Institución Educativa Pública Elías Aguirre Romero, Ventanilla. Más de 100 voluntarios contribuyeron a llevar alegría y entretenimiento a los niños de primaria en este colegio. Se realizaron diversas actividades festivas, como manualidades navideñas, pintura, caritas pintadas, cuentacuentos, villancicos, magia, burbujas, y charlas motivacionales para los estudiantes mayores. La jornada incluyó la entrega de juguetes por parte de Papa Noel, así como una chocolatada y panetones. Además, se llevaron a

Sistema de Gestión Ambiental - ISO 14001

La norma ISO 14001 establece estándares para sistemas de gestión ambiental, ayudando a las organizaciones a identificar, gestionar y mejorar su desempeño ambiental. Nos complace informar que, entre el 13 y 16 de noviembre, completamos con éxito la auditoría de certificación, avanzando hacia la obtención de la certificación ISO 14001 y reafirmando nuestro compromiso con prácticas ambientalmente sostenibles.



cabo sorteos para los padres de familia, quienes expresaron su agradecimiento a la empresa. Fue una mañana gratificante y llena de felicidad, gracias al compromiso y entusiasmo de los voluntarios que dedicaron su tiempo para llevar sonrisas a los niños en esta especial temporada navideña. ..

NTT DATA PERÚ OBTIENE LA CERTIFICACIÓN ISO 14001 POR SU EFECTIVO SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL



NTT DATA PERÚ cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental. Entre el 13 y 17 de noviembre de 2023 se completó con éxito la auditoría de certificación, avanzando hacia la obtención de la certificación ISO 14001 y reafirmando su compromiso con prácticas ambientalmente sostenibles. A continuación, se presenta la carta donde se indica la aprobación de la auditoría de la ISO 14001 realizada por la SGS. Se estima que a finales de enero 2024 se haga la entrega del certificado.

ISO 14001

La norma ISO 14001 es un estándar internacional que esta-

blece los requisitos para la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo en una organización.

Su objetivo principal es proporcionar un marco estructurado que permita a las empresas abordar de manera sistemática y eficiente los aspectos ambientales asociados con sus operaciones.

Esta norma internacional busca ayudar a las organizaciones a implementar prácticas sostenibles, reducir impactos ambientales negativos, cumplir con requisitos legales y reglamentarios, y demostrar un compromiso efectivo con la

responsabilidad ambiental. Al adoptar la ISO 14001, las empresas pueden establecer procesos estructurados para controlar y mejorar su desempeño ambiental, contribuyendo así a la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Beneficios de obtener la ISO 14001

- **Gestión Ambiental Efectiva:** La ISO 14001 proporciona un marco estructurado para implementar y mantener un sistema de gestión ambiental efectivo.
- **Cumplimiento Legal y Regulatorio:** La norma ayuda a las empresas a cumplir con los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el medio ambiente. Esto es crucial para evitar sanciones, multas y posibles daños a la reputación.
- **Eficiencia Operativa:** Adoptar prácticas sostenibles y reducir el impacto ambiental puede conducir a una gestión más eficiente de los recursos.
- **Imagen y Reputación:** Demuestra el compromiso de la empresa con la responsabilidad ambiental. Esto puede mejorar su imagen corporativa y reputación, tanto entre clientes como en la comunidad en general.
- **Acceso a Mercados y Clientes:** Tener esta certificación puede abrir oportunidades comerciales y facilitar la entrada a nuevos mercados.
- **Competitividad:** Brinda una ventaja competitiva al cumplir con las expectativas crecientes de los consumidores en cuanto a sostenibilidad.

¿Qué se ha hecho desde NTT DATA?

- Se ha implementado un Sistema de Gestión Ambiental con objetivos, procedimientos, indicadores, matriz de aspectos ambientales, matriz de requisitos legales, entre otros.
- Se ha difundido la Política Corporativa Ambiental y Energética, mediante los canales internos y las capacitaciones realizadas.
- Se han realizado capacitaciones sobre el curso de Medio Ambiente y Eficiencia Energética, en el cual de manera didáctica se concientiza respecto al consumo responsable de los recursos, la correcta segregación de los residuos y se promueven las buenas prácticas ambientales.
- Se ha promovido a través del área de Compras que nuestros proveedores suscriban la declaración responsable relativa al cumplimiento de las obligaciones en materia de gestión ambiental y se les aplique en el cuestionario de homologación consultas relacionadas a temas ambientales.
- Se viene entregando un *Welcome pack ambiental digital* a los nuevos colaboradores que ingresan a trabajar a la empresa. Este pack proporciona información detallada sobre las iniciativas ambientales previamente llevadas a cabo por la compañía, con el objetivo de informar a los nuevos colaboradores y fomentar su participación en la mejora del rendimiento ambiental de la organización. Asimismo, se les muestra la Política Corporativa Ambiental y Energética y se les solicita realizar el curso de Medio Ambiente y Eficiencia Energética.

- Se viene gestionando correctamente la segregación y disposición de los residuos. Actualmente se trabaja con Sinba Sura, proveedor que recoge los residuos orgánicos y reciclables para su valorización, lo cual nos permite impulsar la economía circular y contribuir al desarrollo sostenible. Además, dentro de los servicios que ofrece Sinba brindó una capacitación a los colaboradores de NTT DATA y se realiza la sensibilización continua a los colaboradores para la correcta segregación de residuos.
- Se viene trabajando con el proveedor RICOH (quien alquila a la compañía las impresoras), el cual a través de su Programa de “Oficinas Verdes” recoge los residuos de tóner generados para darles una adecuada disposición final.
- Se realizó el cambio de productos de limpieza en aerosol por productos ecoamigables a base de agua.

Países de NTT DATA EMEAL que cuentan con la ISO 14001: España, Portugal, Reino Unido, Italia y en América: Brasil, Chile y Perú.

- Se realizó la compra de productos ecoamigables (palitos de bambú, conos de papel para el agua, servilletas biodegradables, etc.).
- Se ha sensibilizado a los colaboradores de NTT DATA en temas de emergencias ambientales, OEFA, buenas prácticas ambientales, ahorro de agua, ahorro de energía, etc.
- Se han generado indicadores ambientales mediante la coordinación con las áreas Workplace, Compras, IT, etc. para conocer el consumo y establecer medidas de eficiencia.
- Se contrató una consultora para la elaboración de la matriz de requisitos ambientales para recopilar los sustentos de cumplimiento de la legislación ambiental.
- Se instalaron señaléticas de ecoeficiencia (ahorro de agua, luz, aire acondicionado, etc.) en los servicios higiénicos, kitchenette y oficinas.
- Se ordenó la zona de almacenamiento de productos de limpieza.
- En coordinación con el área de Workplace se ha venido realizando el cambio de fluorescentes por luminarias led que son más ecoeficientes.
- La compañía se halla en la fase final de formalizar la firma del acuerdo con Entel, que la incorpora a su iniciativa “Reciclemos para transformar”. Este programa de reciclaje de residuos de dispositivos eléctricos y electrónicos asegura que los productos recolectados serán procesados en una planta para ser reciclados, y aquellos que no puedan ser aprovechados serán gestionados de manera apropiada mediante su disposición en un relleno sanitario o en un relleno de seguridad. ..

¿CÓMO DESARROLLAR PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO EXITOSOS?

Pacífico ha llevado a cabo dos iniciativas exitosas de voluntariado que contribuyen en la solución de problemáticas sociales a través del desarrollo y bienestar de la comunidad: Comunidad Segura y Tan Fuertes Como el Hierro (TFCEH).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es el norte al que las organizaciones se dirigen para lograr los avances que nuestros países necesitan de cara al 2030, y, aunque se ha visto desacelerado por la crisis climática, este es un motivo más por el que se debe evidenciar el propósito y cumplir un rol activo en la sociedad. Para alcanzarlo, el apoyo del voluntariado es imprescindible, y es que su compromiso con estos objetivos, así como su rol de impulsores sumando a más personas e instituciones, es lo que generará el futuro al que aspiramos.

En el caso de Pacífico, como parte de su compromiso por proteger la felicidad de las personas y que más peruanos accedan a una salud de calidad, desarrolló dos iniciativas exitosas de voluntariado que contribuyen en la solución de problemáticas sociales a través del desarrollo y bienestar de la comunidad: Comunidad Segura y Tan Fuertes Como el Hierro (TFCEH).

Pero ¿cómo se definieron? Pacífico desarrolló ambos programas enfocándose en atender las principales vulnerabilidades que afectan a la población peruana y que se han convertido en problemas endémicos, aterrizando sus objetivos para integrarlos con su estrategia de sostenibilidad, alineados al *core business* y a los ODS, con el apoyo de un fuerte programa de voluntariado corporativo para su implementación y sostenimiento.

Así, ambas iniciativas impactan en los Objetivos de Desarrollo Sostenible 17 (Alianzas para lograr los objetivos); y, además, en el caso de Comunidad Segura en el ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles); y Tan Fuertes Como



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



Lucía López
Gerente de Marketing, Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Pacífico Salud

el Hierro en los ODS 2 (Hambre Cero) y ODS 3 (Salud y Bienestar).

Comunidad Segura

Según reveló el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), gran parte de la población no está preparada ante eventos inesperados, lo que deja totalmente vulnerable a gran parte de peruanos ante las consecuencias de los eventos climáticos (como el fenómeno de El Niño y el ciclón Yaku), incendios y sismos de gran magnitud.

Frente a ello, el programa Comunidad Segura es una respuesta necesaria y urgente a nivel nacional. Esta iniciativa empodera a las familias peruanas y emprendedores, formándolos en la identificación y reducción de riesgos en sus hogares y negocios.

Jorge Lazo Arias, gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Pacífico Seguros, explica que se han enfocado en llegar a “comunidades en zonas de alta exposición al riesgo, brindándoles capacitación en prevención de desastres y desarrollando su resiliencia. Además, hemos forjado alianzas estratégicas con el sector público, organizaciones no gubernamentales y otras empresas, demostrando que la colaboración es clave en el logro de resultados significativos”.

Solo en el 2023, Comunidad Segura educó a más de 37 000 familias a través de ferias comunitarias en Lima, Piura y Trujillo, y con capacitaciones digitales, logrando que más del 97 % de ellos se sientan mejor preparados.

Asimismo, en colaboración con la Fundación OLI y Hombro a Hombro, se brindó ayuda a más de 4400 familias afectadas por el ciclón Yaku, proporcionando alimentos e implementos de primera necesidad en Lima y el norte del país; y también se realizó la limpieza de zonas afectadas por el ciclón, impactando en más de 1000 familias en comunidades. Durante estos tres años de trabajo, se invirtieron más de 4000 horas con el apoyo de 257 voluntarios comprometidos.

“Consideramos que el voluntariado realizado con Comunidad Segura es innovador, ya que rompe barreras económicas, empodera a las comunidades más vulnerables a través de la educación en

la identificación y reducción de riesgos; y fomenta la colaboración y el aprendizaje a través de alianzas con voluntarios de diversas empresas”, explica Lazo Arias.

Muestra del alcance de las acciones del voluntariado a través de Comunidad Segura, es la distinción otorgada por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables – MIMP, RENAVOL 2023 - Reconocimiento Nacional de Buenas Prácticas de Voluntariado, al visibilizar el aporte de los colaboradores de Pacífico Seguros en la atención de personas vulnerables.

Tan Fuertes Como el Hierro

Según el Ministerio de Salud (Minsa), en el Perú 4 de cada 10 niños padecen de anemia. Conscientes de esta realidad surge Tan Fuertes Como el Hierro, iniciativa que tiene como objetivo la prevención y recuperación de la anemia en niños de 3 a 5 años, así como sensibilizar y capacitar sobre esta enfermedad a las familias y el entorno educativo.

Lucía López, gerente de Marketing, Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Pacífico Salud, comenta que “se ha beneficiado a más de 2000 niños a través de despistajes gratuitos en 10 colegios de nivel inicial en San Juan de Lurigancho. Además, se ha logrado que el 70 % de los niños con anemia se recuperen de la enfermedad y que más del 90 % mejoren sus niveles de hemoglobina. Adicionalmente, se han realizado capacitaciones en alimentación saludable rica en hierro a más de 4200 familias de la comunidad educativa”.

La iniciativa Tan Fuertes Como el Hierro de Pacífico Salud tienen un enfoque integral que consta de triaje médico, despistajes de anemia, consulta pediátrica y talleres educativos para conocer su estado de salud y determinar sus niveles de hemoglobina. Esto permitió identificar que, en promedio, el 20 % de los niños tamizados tenía anemia, a quienes se les entregó suplementación de hierro y tuvieron acompañamiento médico y nutricional.

Con el compromiso de sus padres, los niños reciben acompañamiento médico



TFCEH logró movilizar a 220 colaboradores a través de 20 campañas de salud.

y nutricional para asegurar el cumplimiento adecuado del tratamiento y las indicaciones médicas. Médicos y nutricionistas realizan un seguimiento mensual mediante llamadas telefónicas a los padres, una práctica crucial para garantizar la administración adecuada de los suplementos de hierro que se les entrega gratuitamente y para atender cualquier consulta que pueda surgir.

Además, en el marco de la prevención, se capacitó a más de 4200 familias sobre esta condición, incluyendo padres, madres, directores de colegios, plana

docente y miembros del comité de alimentación en los colegios de San Juan de Lurigancho donde se realizaron las intervenciones, así como campañas de comunicación a nivel nacional.

Esta iniciativa logró movilizar a 220 colaboradores con un noble corazón, comprometidos en participar en 20 campañas de salud, contribuyendo con más de 2500 horas de servicio voluntario. Estos voluntarios dedican su tiempo para asistir y acompañar a los niños y sus padres durante las etapas de despistaje de anemia y evaluaciones médicas. Su compromiso asegura que las familias sean beneficiadas con información oportuna y acciones concretas para promover su salud y bienestar, consolidando así una conexión valiosa entre la comunidad y el esfuerzo solidario de la empresa.

El poder de la colaboración

De esta manera, Comunidad Segura y Tan Fuertes Como el Hierro lograron abordar problemáticas relevantes en el Perú; contribuyeron al desarrollo, salud y bienestar de la comunidad; sumaron la colaboración de diferentes actores; y afianzaron el compromiso de los voluntarios con estos programas.

Lo alcanzado por el voluntariado corporativo de Pacífico ha demostrado que este se puede convertir en una poderosa herramienta para generar un impacto, incentivando la prevención y preparación, con resultados que generan cambios significativos y una huella positiva en la sociedad peruana. ..



VOLUNTARIADO ENGIE 2023

Nuestro compromiso con nuestras comunidades

En ENGIE Energía Perú buscamos construir junto con nuestras comunidades un mundo con más oportunidades y solidario. Por este motivo, nuestros voluntarios ENGIE participaron en iniciativas con el objetivo de ofrecer apoyo y contribuir activamente.

Protegemos nuestro ecosistema: Brigadas de limpieza de playas y ríos, y arbolización

Sabemos la importancia de conservar nuestra biodiversidad. Por ello, nuestros voluntarios junto con las comunidades locales hicieron jornadas de siembra de árboles y de limpieza de playas y ríos.



137 Voluntarios

Apoyamos el deporte: "Carrera de la Energía"

El deporte es vital para mantenernos sanos y fuertes. Por ello, se organizó en Ilo la carrera con el objetivo de promover el deporte y la sana competencia entre los estudiantes, niños y adolescentes.



Más de 1,300 corredores

Educación para un Perú mejor: "El Bus Educativo Verde"

La educación es la base para formar a nuestros ciudadanos. Por eso, los voluntarios del programa visitaron colegios en Lima y Chilca para compartir aprendizajes sobre energía y cambio climático.



28 Voluntarios

871 Niños beneficiados

26 Docentes sensibilizados

La Fabrica de Juguetes

Este año, nuestros voluntarios y sus familias se unieron para fabricar juguetes educativos para niños de educación básica especial en Chilca.



60 Voluntarios

80 Niños beneficiados

En ENGIE, creemos firmemente en el impacto positivo que podemos generar cuando nos unimos.

Síguenos en:     



Conoce más sobre nuestros proyectos sociales aquí.

BIONEGOCIOS QUE EMPODERAN A LOS PUEBLOS INDÍGENAS

POR GABY RIVERA

Líder de Bioeconomía de la Embajada Británica en Lima

Imagina algo que permita a una comunidad nativa conservar sus bosques, aprovechar los productos y servicios ambientales de su territorio, generar una oportunidad de negocio desde un mercado asegurado, logrando tener un ingreso para su comunidad, empoderando a las mujeres; todo esto como parte de una cadena de valor internacional sostenible.

Imagina ahora una asociación de líderes y lideresas indígenas que ofrecen productos de la biodiversidad en los mercados, no solo a nivel local sino con un mercado nacional e internacional en crecimiento. Estos no son sueños, son una realidad.

Esta es nuestra forma de trabajo con AJE y las 22 comunidades en Loreto que producen aguaje y camu camu, frutos que se usan en la elaboración de los jugos de Bio Amayu. Y también es el resultado de nuestra colaboración para impulsar la bioeconomía indígena en conjunto con AIDER, la Cámara de Comercio de los Pueblos Indígenas del Perú, el SERNANP, Profonampe y empresas indígenas como NII BIRI, KENE BIRI, COOPAILE, SHAKAIM, CHOCO WARMIS y muchas más.

Estas dos iniciativas nos llevaron a organizar la II Rueda de Negocios entre emprendimientos indígenas y el sector privado, que congregó a 25 emprendimientos de las regiones de Loreto, Ucayali, Pasco, Madre de Dios, Amazonas y San Martín, quienes se entrevistaron con alrededor de 40 potenciales compradores e instituciones articuladoras de mercado durante el pasado 2 de noviembre.



En este espacio presentaron sus productos y servicios, pertenecientes a las líneas de negocio de Superfrutos y derivados, artesanías y moda sostenible, infusiones y plantas medicinales, carne de monte y huevos de taricaya, y ecoturismo.

Un nuevo aliado para ampliar el mercado para los bionegocios en Amazonía es Thika Thani, quienes el 2 y 3 de noviembre fueron anfitriones de estos emprendimientos indígenas en una feria abierta al público. Esta plataforma propició que los 25 emprendimientos presentes puedan llegar a más personas con sus productos y servicios.

La Embajada Británica en el Perú apoya a los pueblos indígenas mediante el fortalecimiento de sus pro-

cesos de organización comunal y el manejo sostenible de sus recursos, sobre la base de sus propios planes de vida. Nuestra visión es consolidar el liderazgo de los pueblos indígenas en la implementación de bionegocios, los cuales permitan conservar la biodiversidad de la Amazonía, desde sus propias prioridades, costumbres y saberes. Para que eso suceda, necesitamos continuar propiciando plataformas de intercambio de aprendizaje técnico y comercial, desde un enfoque colaborativo.

Estamos convencidos de que la conservación de la biodiversidad genera oportunidades para el desarrollo económico y sobre todo para la formalización de actividades económicas. Sin embargo, somos conscientes de las amenazas que sufren los pueblos indígenas al defender sus territorios, por ello, proteger y salvaguardar sus derechos humanos es parte del enfoque integral en todo nuestro trabajo.

Las actividades en el marco del Mes del Emprendimiento indígena 2023 se realizaron en cooperación de actores del sector público, privado y sociedad civil, reconocemos y agradecemos la especial colaboración con la Cámara de Comercio de los Pueblos Indígenas del Perú, el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas – SERNANP, Promperú, ADEX, la ONG AIDER, PROFONANPE, el Grupo Aje, Perú Sostenible, la Coalición por una Producción Sostenible, GCF Task Force y AMANATARI. El Reino Unido y la Embajada Británica en Lima reafirman su objetivo de alcanzar un mercado sostenible para las iniciativas de comercio libres de deforestación y que revaloran la biodiversidad..

KOMATSU-MITSUI CULMINARÁ EL 2023 CON 35 PROYECTOS DE VOLUNTARIADO EJECUTADOS EN 14 DIFERENTES LOCALIDADES DEL PERÚ

Esta cifra representa un aumento de 14 proyectos y presencia descentralizada en comparación con lo realizado por la compañía en el año 2022.

 Komatsu-Mitsui culmina el 2023 con 35 proyectos de voluntariado ejecutados en 14 diferentes localidades del Perú, aumentando la participación en áreas no alcanzadas antes. Hasta octubre, ha completado 25 servicios a la comunidad, cuenta con 8 que se encuentran en curso, y 2 que están programados para realizarse antes de fin de año, lo que representa un aumento de 14 proyectos y presencia descentralizada en comparación con lo realizado por la compañía en el año 2022.

Estos programas, alineados con los pilares de sostenibilidad de la compañía (social, ambiental, diversidad e inclusión, e integridad), han contribuido a 11



de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas hasta el décimo mes del año. Además, han contado con la participación de 818 voluntarios/as en zonas de influencia como Lima, Callao, Trujillo, Arequipa, Amazonas, Cajamarca, Lambayeque, Piura, Chilca, Pucusana, Cusco, Huancayo e Iquitos.

“En Komatsu-Mitsui buscamos permanentemente generar espacios para que nuestros colaboradores y colaboradoras participen en estas iniciativas, es por ello que trabajamos para llegar a más localidades y así todos tengan oportunidad. De esta manera comparamos nuestra contribución social con nuestros grupos de interés, además de

Al cierre de octubre del 2023, el programa ha contado con la participación de 818 voluntarios llegando a Lima, Callao, Trujillo, Arequipa, Amazonas, Cajamarca, Lambayeque, Piura, Chilca, Pucusana, Cusco, Huancayo e Iquitos.

Rodríguez Rojas, directora corporativa de SSOMAC y Sostenibilidad de Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú.

La participación de los colaboradores/as se facilita a través de dos modalidades: liderando proyectos o participando como voluntarios en actividades promovidas por equipos líderes. Dicho esto, la empresa promueve un mínimo de 4 horas de participación para que esta pueda ser contabilizada. En el 2023 se vienen acumulando más de 7796 horas voluntarias, con lo que también se superaría a lo logrado en el 2022 que fueron más de 8159 horas.

Gracias a estas actividades, KMMP ha forjado sólidas alianzas con ONG como Perú Champs, Fundación Forge, Juguete Pendiente, Aldeas Infantiles, Un millón de niños lectores, CARE Perú, ONG Vida, Water.org, Hogar de acogida Caritas Felices del niño Jesús de Praga, Inspira, Kantaya, entre otras.

En línea con ello, el 7 de diciembre, se realizó un proyecto de voluntariado ambiental en Lima junto a la empresa social aliada Khana Perú, en concordancia con el compromiso de Komatsu-Mitsui con la sostenibilidad..



COP28: ¿LA ERA DE LOS COMBUSTIBLES FÓSILES LLEGARÁ A SU FIN?

A nivel global, las consecuencias del cambio climático son una realidad innegable con impactos evidentes que perjudican a la sociedad, sus ecosistemas y medios de vida. La COP28 es una cumbre que reúne a cientos de países para abordar esta amenaza global.

Representantes de cerca de 200 países se reunieron para abordar la amenaza global que significa el cambio climático, un evento conocido como COP28. En la COP anual sobre el clima, delegados de múltiples países acuerdan los objetivos globales para combatir el cambio climático, presentan los planes de cada país para contribuir a esos objetivos y anuncian sus avances.

La cumbre, que se llevó a cabo entre el 30 de noviembre y el 13 de diciembre del 2023, en Emiratos Árabes Unidos, tuvo como objetivo conseguir compromisos importantes que contribuyan al cumplimiento de las metas señaladas en el Acuerdo de París. El texto acordado en Dubái señala de manera directa - a los combustibles fósiles - como los principales responsables del calentamiento global y la crisis climática. En este punto, los responsables de las negociaciones de al menos 200 países reconocieron la necesidad de abandonar los combustibles fósiles.

El secretario general de la ONU António Guterres expresó que la era de los combustibles fósiles debe culminar con justicia y equidad. “Hay que apoyar a los países en desarrollo en cada etapa del camino”, manifestó durante su declaración de clausura de la COP28.

Pese a que el acuerdo final no menciona detalladamente la eliminación progresiva de los combustibles fósiles, la fórmula elegida, *transition away*, insta a los países industrializados y los emisores históricos a que tomen la iniciativa. Acciones como duplicar la eficiencia energética para 2030 y triplicar las energías renovables, son clave para conseguir el objetivo.



Fondo para pérdidas y daños

Otro de los puntos que se han tratado en el encuentro es la aprobación de un fondo de pérdidas y daños para apoyar a los países más vulnerables al cambio climático, a través del cual ya se han comprometido más de 700 millones de dólares, como es el caso del Perú. Entre los países que anunciaron aportes se encuentran Emiratos Árabes Unidos y Alemania que anunciaron 100 millones de dólares cada uno para el fondo; Reino Unido, 75 millones; Estados Unidos, 17,5 millones; y Japón, 10 millones.

A pesar de las buenas intenciones de los países que aportaron al fondo, el monto recaudado no alcanza a cubrir el 0.2 % de lo necesario para remediar las pérdidas y daños generados a raíz de la crisis climática en países en desarrollo. Vale precisar que el objetivo final es conseguir 100 mil millones de dólares anuales para 2030.

Respecto a este fondo, es importante considerar las externalidades del sector del petróleo y el gas; es decir, los costes ambientales y sociales ocultos

relacionados al impacto generado por sus actividades que no se consideran en ningún balance. De acuerdo con cifras de GIST Impact, las externalidades totales de las 10 principales corporaciones de petróleo y gas desde 2015 – fecha en que se firmó el Acuerdo de París – son entre 700 y 4200 veces superiores al fondo acordado. Esto revela que hay una gran brecha entre la contribución acordada en la COP28 y las verdaderas necesidades de financiación de los territorios más perjudicados por la crisis climática, que superan los 400 000 millones de dólares anuales.

Mercados de carbono

Durante el encuentro también ha surgido una importante colaboración entre las principales asociaciones internacionales de mercados de carbono. Esta unión representa un frente unido en la búsqueda de transparencia ante el panorama complicado de los bonos de carbono.

La importancia de esta alianza se anunció durante el Día de la Financiación de la COP28. Los debates resaltaron el

papel fundamental de los mercados de carbono a la hora de dirigir la financiación climática para cumplir los objetivos globales de descarbonización. Esto en el contexto de que la acción climática corporativa de alta integridad es clave para alcanzar los objetivos señalados en el Acuerdo de París. Además, es indispensable para conservar el objetivo de limitar el incremento de la temperatura global a 1.5 grados centígrados.

Un aspecto importante destacado por esta colaboración es la importancia de que las empresas alineen sus acciones climáticas con el trabajo de los organismos de normalización reconocidos mundialmente.

Esta alineación garantiza una contribución importante a los esfuerzos mundiales de mitigación. Las organizaciones participantes se han posicionado como organismos de normalización, brindando orientaciones y marcos que capacitan a las empresas para embarcarse por las complejidades de sus procesos de transición climática.

COP28: Sistemas alimentarios y de agricultura

Otra de las novedades de la cumbre

ha sido la atención puesta en los sistemas agroalimentarios debido a su importante contribución al calentamiento global. De acuerdo con un estudio publicado por Nature Food, los sistemas alimentarios son causantes de aproximadamente un tercio de las emisiones de efecto invernadero a nivel global, además de que son gravemente afectados por el cambio climático.

Ante este panorama, se estableció la Agenda de Sistemas Alimentarios y Agricultura, la cual hace un llamado para apresurar los sistemas alimentarios, la agricultura y la acción climática. Se insta también a los Gobiernos a alinear e integrar estas acciones dentro de las estrategias nacionales, incluyendo las NDCs. De hecho, 158 países han firmado la “Declaración sobre agricultura sostenible, sistemas alimentarios resilientes y acción climática”, que tendrá una movilización de 2500 millones de dólares por parte de la comunidad internacional.

La declaración busca motivar a los Gobiernos en la inclusión de la alimentación y la agricultura en los planes climáticos nacionales con acciones,

objetivos y financiación. Sin embargo, la clave para combatir el cambio climático radica también en la acción individual. En este punto, adquirir una mayor conciencia climática e implementar pequeños cambios tanto en la dieta como en los hábitos de consumo puede reducir significativamente la huella de carbono individual, promoviendo el cambio colectivo hacia prácticas más sostenibles.

Además, se lanzó la “Estrategia para la Transformación de los Sistemas Alimentarios”. Esto se llevó a cabo a través del Consorcio para la Transformación de los Sistemas Alimentarios Urbanos y Rurales (TURFS, por sus siglas en inglés). La estrategia de TURFS busca empoderar y apoyar a las ciudades a mejorar la forma en que producen y consumen alimentos en las zonas urbanas y rurales. Priorizando la salud, la sostenibilidad, la resiliencia y la equidad, el Consorcio tiene como finalidad ayudar a las ciudades a liderar un cambio global en los sistemas alimentarios. Para conseguirlo, se busca poner en práctica soluciones innovadoras a fin de transformar los sistemas alimentarios a escala local, nacional e internacional.



Incrementar el financiamiento para el clima

Con seis países que se comprometieron con nueva financiación en la COP28, el total de las promesas alcanza la cifra récord de 12 800 millones de dólares procedentes de 31 países, y se esperan nuevas contribuciones. El financiamiento climático tuvo un lugar importante en la conferencia.

Asimismo, ocho Gobiernos donantes anunciaron nuevos compromisos con el Fondo para los Países Menos Adelantados y el Fondo Especial para el Cambio Climático por un total de más de 174 millones de dólares hasta la fecha. También se hicieron nuevas promesas de contribuciones al Fondo de Adaptación por un total de casi 188 millones de dólares hasta la fecha.

Sin embargo, estas promesas financieras siguen lejos de los billones que se requieren para apoyar a los países en desarrollo en la transición hacia energías limpias, la aplicación de sus planes climáticos nacionales y los esfuerzos de adaptación. Para lograr esta financiación, el balance mundial resalta la

importancia de reformar la arquitectura financiera multilateral y de acelerar el establecimiento de fuentes de financiación nuevas e innovadoras.

Perú y su intervención en la COP28

Durante su participación en la cumbre, Albina Ruiz, ministra del Ambiente, hizo un llamado al mundo para reforzar los esfuerzos con el objetivo de limitar el aumento de la temperatura del planeta a 1.5 grados centígrados.

Asimismo, resaltó la importancia de responder con urgencia el desafío de la crisis climática. En ese sentido, mencionó que para lograrlo se requiere de los medios de implementación necesarios, especialmente con apoyo en financiamiento “que no conlleve a un endeudamiento de los países, como el Perú, que ya se ven perjudicados por las consecuencias del cambio climático”.

A través del Ministerio del Ambiente, Perú marcó un hito al proponer la creación del Fondo Climático para Mujeres Indígenas frente a los impactos del cambio climático. La titular del

ambiente señaló que ese fondo contribuirá a mejorar las capacidades de las mujeres indígenas, permitiendo que accedan a recursos que contribuyan a la implementación de acciones de mitigación y adaptación en sus territorios.

Por otro lado, la COP28 ha contribuido a fortalecer la cooperación del Perú con Noruega, en el marco de la Declaración Conjunta de Intención (DCI), cuyo financiamiento de 10 millones de dólares se ejecutará en los años 2024 y 2025; además empezarán las discusiones para su ampliación hacia el 2030.

Durante el encuentro, el Perú presentó los avances, retos y desafíos que enfrenta en la lucha contra el cambio climático y en la conservación de la biodiversidad. La finalidad es fortalecer los programas de conservación, promoviendo actividades sostenibles, la mejora de capacidades de las instituciones gubernamentales y las comunidades indígenas, la promoción de mecanismos para acceder al financiamiento climático, y el fortalecimiento del monitoreo de las acciones de conservación. ..



“DESPIERTA EL PAPA NOEL QUE VIVE EN TI”: COCA COLA MARCÓ EL INICIO DE LA TEMPORADA NAVIDEÑA PROMOVRIENDO LA GENEROSIDAD

Con la campaña “Despierta el Papá Noel que llevas dentro”, Coca – Cola busca cambiar ese chip de que la Navidad es solo la cena o los regalos, promoviendo así el espíritu navideño en las personas para que ofrezcan lo mejor que tienen.

Desde hace más de 100 años Coca-Cola viene construyendo un vínculo muy cercano con la Navidad, sus campañas estaban asociadas a la cena y al momento de compartir en familia; sin embargo, este año la compañía ha lanzado una nueva versión a nivel global en los 80 países donde tiene presencia.

“Lo que estamos buscando este año con la campaña ‘Despierta el Papá Noel que llevas dentro’ es cambiar ese chip de que la Navidad es solo la cena o los regalos, nuestros mensajes buscan sacar ese espíritu navideño en las personas para que ofrezcan lo mejor que tienen, sea con la familia, amigos y personas en general”, señala Luis Felipe Cisneros Barreda, director de marketing para Perú y Ecuador de Coca - Cola.

Caravana navideña

Coca-Cola, en el marco de su campaña navideña “Despierta el Papá Noel que llevas dentro”, anunció el regreso de sus emblemáticas caravanas, las cuales llenaron de luz y alegría cinco distritos de Lima.

Esta iniciativa, se llevó a cabo del 13 al 17 de diciembre del 2023, donde grandes y pequeños disfrutaron con espectáculos llenos de sorpresas y shows artísticos en cada recorrido.

Como parte de la magia navideña, Coca-Cola ha preparado dos Villas Navideñas que están ubicadas en Plaza Norte y el Mall del Sur, creando así un ambiente festivo para toda la familia.



El llamado de Papa Noel

Cisneros comenta que a nivel de experiencias están reactivando la llamada de Santa. “Si bien es una actividad que teníamos hace varios años, este 2023 estamos haciendo uso de la inteligencia artificial, esto les permitirá a las personas tener una interacción más real con Papá Noel y con la familia desde cualquier parte del Perú”.

Las personas podrán conversar en tiempo real con Papá Noel de forma gratuita en el sitio online de Coca-Cola. Solo hay que registrarse previamente en <https://llamado-desanta.coca-cola.com.pe/>.

“Al ingresar a este espacio interactúas con Papá Noel y lo innovador es que gracias a la inteligencia artificial por el tipo de preguntas que te hacen y el tipo de respuestas que te brindan, la experiencia se va customizando, de manera que las respuestas de Santa son más precisas”, explica el director de Marketing.

Al final de la interacción se invita al participante a sacar “el Papá Noel que uno lleva dentro” para multiplicar ese espíritu de Navidad y los actos de bondad en su comunidad..

“DESDE EL SECTOR PRIVADO TENEMOS QUE ACELERAR LAS ACCIONES PARA LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO”

En una entrevista con *Stakeholders*, Gianina Jiménez Escudero, jefa de Comunicaciones, Sostenibilidad y Asuntos Corporativos en AJE Perú, habla de la participación de la compañía en la COP28 en Dubái, donde destacaron la importancia de la revolución natural y la promoción de ciudades sostenibles.

Cuenta Jiménez cómo Grupo AJE se posicionó como la primera empresa peruana en participar de este evento internacional, el cual busca acelerar iniciativas contra el cambio climático desde el sector privado.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

¿Cuál ha sido la participación de Grupo AJE en la COP28?

Para el Grupo AJE ha sido una experiencia súper importante el haber participado en esta COP28, que se realizó en Dubái. Fuimos parte de la delegación que lideró el Ministerio del Ambiente en el Pabellón Perú. Nuestro rol fue el de representar a las empresas que vienen trabajando con enfoque en el desarrollo de cadenas de valor sostenible que contribuyen a frenar los impactos del cambio climático.

¿En qué consistieron los paneles que ustedes organizaron?

Dentro del Pabellón Perú tuvimos la participación y organización en tres paneles importantes. El primero titulado “La Revolución Natural como respuesta al Cambio Climático”, donde presentamos este nuevo paradigma que nosotros buscamos liderar: la Revolución Natural, para lo que contamos con panelistas de alto nivel como Akanksha Khatri, Head of Nature and Biodiversity at World Economic Forum; Milagros Sandoval, directora general de Cambio Climático y Desertificación del Ministerio del Ambiente de Perú; entre otros. En este panel la discusión giró en torno a este nuevo paradigma que nos lleva a una nueva forma de hacer negocios, atendiendo las prioridades del planeta y respondiendo con soluciones que, por ejemplo, nos llevan a preservar la biodiversidad.

Gianina Jiménez Escudero
Jefa de Comunicaciones, Sostenibilidad y Asuntos Corporativos en Grupo AJE Perú



¿En qué tema estuvo enfocado el siguiente panel?

El segundo panel estuvo enfocado en el modelo de ciudades sostenibles y presentamos nuestro proyecto “Machu Picchu Carbono Neutral”. Aquí tuvimos la oportunidad de contar con panelistas de gran nivel como Gonzalo Muñoz,

High Level Climate Action Champion, quien resaltó la importancia de contar con modelos de economía circular que permiten el manejo local de los residuos sólidos.

En tanto, el tercer panel que tuvimos fue sobre nuestro proyecto “Frutos que

conservan bosques” y fue un momento muy especial ya que logramos contar con la presencia de nuestros aliados de los países en donde venimos trabajando este proyecto, estuvieron Domingo Peas, gobernador de la región de pastaza en Ecuador; Jose Maria Ortiz, Group Executive Officer - Palladium - P4F; Fabiola Muñoz, GCF - Task Force Perú; Belen Paez, Fundación Pachamama; y Jose Carlos Nieto, director de Gestión de las Áreas Naturales Protegidas en Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SERNANP).

¿Cuáles fueron los principales resultados de la participación del Grupo AJE en la COP28 en relación con sus objetivos medioambientales?

Uno de los principales logros ha sido visibilizar que desde el sector privado se tienen que liderar iniciativas que preserven la biodiversidad a partir de poner en valor el bosque en pie y la generación de bionegocios. Haber participado en la COP28 nos ha permitido mostrar los esfuerzos que venimos haciendo e identificar potenciales aliados.

Otro resultado importante es haber participado en paneles de alto nivel como la 11ª Reunión Anual sobre el Cuidado del Clima, organizada por United Nations Global Compact, donde fuimos invitados para presentar nuestro proyecto Súper Frutos que Conservan Bosques como un ejemplo de cómo desde el sector privado se pueden liderar iniciativas que ponen en valor la biodiversidad. Esta invitación es muy relevante pues fuimos la única empresa peruana y multilatinas invitada a sentarse junto con las principales transnacionales del mundo, para hablar sobre la importancia de acelerar desde el sector privado el desarrollo de modelos de negocio enfocados en la preservación de la biodiversidad.

Después de la COP28, ¿cómo planea el Grupo AJE implementar las lecciones aprendidas y los compromisos adquiridos en su estrategia corporativa?

Una de las cosas que vimos y que consideramos prioritarias es el sentido de urgencia que nos ha dejado esta COP en



términos de cambio climático. No hay más tiempo que perder y no podemos esperar más. Tomar acción hoy es un tema de supervivencia pues los impactos del cambio climático ya generan un mayor impacto en las poblaciones más vulnerables del planeta.

Es desde el sector privado que se tienen que liderar las iniciativas para la lucha contra el cambio climático, pues somos quienes tenemos la rapidez para poder ejecutar y quienes tenemos que priorizarlas dentro de las estrategias de negocio.

¿Cómo evalúa el Grupo AJE su papel en la lucha contra el cambio climático después de su experiencia en la COP28?

En esta COP28 se ha reafirmado la relación directa que hay entre la crisis climática y la pérdida de la biodiversidad y de los ecosistemas naturales.

Dicho esto, nosotros tenemos la responsabilidad de preservar la biodiversidad del planeta, porque el Perú es el tercer país más megadiverso del mundo y el segundo con mayor área de bosques amazónicos. Esto es además un gran diferencial que hace que el Perú pueda ofrecer al mundo una gran variedad de productos únicos y es también una gran ventaja competitiva.

¿Existen nuevos desafíos identificados a raíz de la participación en la COP28? ¿Cómo tienen previsto abordarlos el Grupo AJE en el futuro?

Nos unimos a “The Business Coalition for a Global Plastics Treaty” para abordar la crisis de la contaminación por plásticos a nivel global de manera coordinada. Nos sumamos al movimiento “One Trillion Trees” (1t.org) que busca proteger 6 millones de hectáreas de bosque primario en todo el mundo. Además, venimos contribuyendo en el desarrollo de iniciativas de revitalización cultural y lingüística de tres pueblos originarios en Perú: Ikitu, Kukama-Kukamiria y Taushiro. Y promovemos una cultura de reciclaje entre los hinchas de asisten al Estadio Nacional a apoyar a la Selección Peruana de Fútbol.

También nos hemos sumado a Race to Zero, que es el compromiso de descarbonización al 2050 y estamos seguros que lo vamos a poder lograr antes. El principal compromiso es continuar expandiendo nuestro trabajo bajo el modelo de Revolución Natural, con productos que provienen de una cadena de valor sostenible, que generan el “triple win”: impacto positivo en el planeta, en las comunidades y en las personas que los consumen. ..

MOVIMIENTO AMARUMAYU: SUPER FRUTOS QUE CONSERVAN BOSQUES

Este movimiento se basa en nuestra marca Bio Amayu, que ofrece jugos elaborados con súper frutos de la Amazonía recolectados de manera sostenible.

Hectáreas de bosques amazónicos conservados **+110,000**

Familias asociadas generando ingresos directos **+200**



+1,180,000

De Kg. comprados directamente a las comunidades amazónicas

24 Comunidades amazónicas capacitadas para la recolección sostenible de súper frutos

BEBIDAS SALUDABLES Y SU CADENA DE VALOR

[ODS 9] [ODS 12]

Gestión de Emisiones:

Estamos comprometidos en alcanzar las **emisiones cero netas de carbono antes del 2050** siguiendo el Estándar Science Based Target (SBTi).



CASO DE ÉXITO:

Amayu, el primer jugo del mundo Climate Positive: genera un beneficio ambiental y climático positivo al eliminar dióxido de carbono adicional de la atmósfera.

Gestión de Materiales

Reducimos el impacto ambiental de los empaques, centrándonos en tres pilares: **Reducir, reciclar y recuperar.**

Disminuimos en **723**

toneladas el uso de plásticos (PET, PE, PETG)



CASO DE ÉXITO:

Cielo Alkalina con un envase hecho 100% de botellas recicladas y es totalmente reciclable

Calidad de los productos

100% de productos cuentan con procesos que garantizan su inocuidad.

#AJEEnCOP28



Por tercer año consecutivo estuvimos presentes en la COP, participando en más de 10 paneles para compartir nuestra experiencia liderando la Revolución Natural y aprender de otras que también tienen un impacto positivo en la biodiversidad.

NUESTROS COMPROMISOS:

Nos unimos a "The Business Coalition for a Global Plastics Treaty" para abordar la crisis de la contaminación por plásticos a nivel global de manera coordinada.

Nos sumamos al movimiento One Trillion Trees para proteger 5 millones de hectáreas de bosque primario en todo el mundo.

Venimos contribuyendo en el desarrollo de iniciativas de revitalización cultural y lingüística de tres pueblos originarios en Perú: Ikitu, Kukama-Kukamiria y Taushiro.

Promovemos una cultura de reciclaje entre los hinchas que asisten al Estadio Nacional a apoyar a la Selección Peruana de Fútbol.



RECONOCIMIENTOS Y LOGROS

PERÚ



Reconocidos por nuestra "excelente contribución en la conservación y el legado del Parque Nacional del Manu"



En la categoría "Social Power"



Reconocidos por promover la innovación en los procesos de nuestra cadena de valor



#6 en categoría Ambiente 2022



Reconocimiento a nuestro proyecto "Super frutos que conservan bosques"



#2 en el Sector Bebidas 2022

MÉXICO



#7 en el Sector Bebidas 2022.



Reconocidos por participar en el taller "Huertos de tránsito" y la "Jornada de reforestación"



#7 en el Sector Bebidas 2022

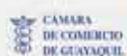
ECUADOR



Reconocidos como una de las empresas más comprometidas con la sostenibilidad



Reconocidos como aliado estratégico en la restitución de los derechos de los grupos de atención primaria



#3 en la categoría Cuidado del Medio Ambiente



Reconocidos como una de las empresas con mejor reputación corporativa

Nuestras bebidas Bio Amayu son mundialmente reconocidas por su innovación.

Alemania ANUBA taste INNOVATION SHOW



CENTROAMÉRICA



Reconocimiento a nuestro proyecto "Preservación de la Biosfera Maya"



En Perú y Guatemala, nuestra Agua Cielo ha sido galardonada con el Superior Taste Award 2023.

“EN EL PERÚ SÍ ES POSIBLE DISEÑAR Y CONSTRUIR DE FORMA SOSTENIBLE”

De acuerdo con Ana Lucía Granda, gerente general de LEAF Latam, hay múltiples avances en construcción sostenible; sin embargo, hay obstáculos que impiden un progreso óptimo como la informalidad, la falta de ordenanzas y leyes que promuevan los edificios verdes, los procesos burocráticos y la falta de fondos de inversión.

POR MILAGROS BRACAMONTE
mbracamonte@stakeholders.com.pe

En el Perú, ¿es posible construir sosteniblemente? ¿Cuáles son los obstáculos que deben superarse?

En el Perú sí es posible diseñar y construir de forma sostenible. De hecho, es algo que se viene haciendo desde el 2008, aunque en el 2011 recién tomó fuerza esta forma de diseñar y construir. Entre los obstáculos que debemos enfrentar están la informalidad, la falta de ordenanzas y leyes que promuevan los edificios verdes, procesos burocráticos, falta de fondos de inversión, entre otros.

Respecto a años anteriores, ¿cuáles han sido los avances en materia de construcción sostenible?

Son múltiples los avances en construcción sostenible. Desde hace una década se vienen utilizando materiales sostenibles como madera reciclada, acero reciclado y concreto reciclado, así como la promoción de materiales de construcción más ecológicos y de bajo impacto ambiental; también eficiencia energética implementando tecnologías más avanzadas, como sistemas de iluminación LED, sistemas de calefacción y refrigeración eficientes y mayor uso de energías renovables, como paneles solares y calentadores solares integrados en el diseño de edificios.

¿También destaca la incorporación de espacios verdes y tecnologías inteligentes?

Resalta el diseño verde considerando la orientación solar, la ventilación natural, la captación de agua de lluvia, y la integración de espacios verdes y jardines verticales para mejorar la calidad

Ana Lucía Granda
Gerente general de
LEAF Latam



del aire y reducir el impacto ambiental; y muchas tecnologías inteligentes que optimizan la gestión de edificios para la iluminación, la climatización y otros servicios para reducir el desperdicio de energía.

¿Qué soluciones sostenibles se pueden aplicar al rubro de la construcción para garantizar su eficiencia y sostenibilidad?

Las mejores soluciones son las que impactan en cero costos al desarrollador y al comprador final. Entre ellas está el diseño bioclimático, el enfoque holístico y el proceso integrativo. Este último es un enfoque iterativo y colaborativo

que involucra a todas las personas interesadas e involucradas en el proyecto, de participar en todos los procesos hasta la culminación de la construcción y durante la operación del edificio.

Respecto al rubro de construcción, ¿qué medidas se deben tomar para lidiar con los efectos del cambio climático?

Tenemos que ser conscientes de que cada decisión que tomemos con respecto al proyecto trae consigo una huella hídrica, energética y de carbono. Por ejemplo, al elegir la marca de concreto, debemos primero tomar en consideración qué cementos usan menos clínker, ya que es una de las materias primas

para el cemento que genera la mayor cantidad de dióxido de carbono.

¿Qué otros puntos deben considerar las compañías?

Debemos tomar en consideración también qué tan cerca o lejos se encuentra la planta de fabricación de nuestro proyecto, ya que no es lo mismo comprar un cemento en Piura que en Lima. Seguidamente, se debe solicitar a los fabricantes cualquier documento que avale la sostenibilidad durante la fabricación del producto, como una Declaración Ambiental del Producto, un ISO, una Declaración de Salud del Producto, listando la cantidad de químicos que contiene el producto, un sello Energy Star o algún otro sello.

Finalmente, recién en este punto es que se debe comparar los costos, dato que siempre es lo primero que se compara en obra, sin tomar en consideración todos los puntos anteriores. Esto es enfocándonos solo en los productos. Sin embargo, hay mucho más que se puede realizar en una construcción sostenible, desde la ubicación del proyecto, hasta la elección del refrigerante más ecológico para el sistema de aire acondicionado.

¿Cómo las empresas pueden garantizar a los clientes que las edificaciones que adquieren son sostenibles?

La mejor forma de garantizar a un cliente que su edificación es sostenible es certificándolo con un proceso voluntario, avalado por terceros, con altos índices de rendimiento, a través de un proceso integral. En Perú existen muchas certificaciones que se adaptan a esto, como LEED, EDGE, BREEAM, las cuales puede aplicar a diferentes usos de proyectos: edificio nuevo, edificio existente, edificios gubernamentales, multifamiliares, proyectos educativos, deportivos, oficinas, hotelería, salud, etc. También se cuenta con la certificación nacional Mi-Vivienda Sostenible para vivienda social.

Hay un compromiso por parte del Perú al 2030 de que todos los edificios sean Net Zero. ¿Qué se necesita para lograrlo?



LEAF cumple siete años el próximo 19 de enero del 2024. Algunos de los logros en su manejo de proyectos, gracias a sus clientes y staff, son los siguientes:

- +245 millones de litros de agua ahorrados al año**
- +465 mil kilowatts ahorrados al año**
- +84 mil toneladas de CO2 mitigados anualmente**
- +3.5 millones de personas impactadas de forma positiva**

Hay un fuerte compromiso por parte de las desarrolladoras de incorporar energías sostenibles en sus proyectos, pero esto generalmente no representa ni el 2 % de la energía total del proyecto. Por ello es que se requiere de generación masiva de energías renovables, las cuales deben ser promocionadas por el Gobierno. Si bien se cuenta con hidroeléctricas para generar la gran mayoría de la energía de la red, es necesario pensar a largo plazo: los caudales de los ríos o son muy bajos que no generan la cantidad necesaria de energía para la red o colapsan con las fuertes lluvias.

En esa línea, ¿qué tan cerca se está de poder lograr esta meta?

Debemos diseñar fuentes de energía con recursos que no se vayan a agotar; es decir, renovables como la energía mareomotriz, ya que estamos privilegiados de tener una maravillosa costa a lo largo de todo nuestro país; o la energía solar, debido a que contamos con muchísima radiación en la mayoría de las ciudades y provincias del Perú. Recordemos que el Perú se ha comprometido para que los nuevos edificios sean Net-Zero para el 2030, pero todos los edificios existentes deben ser también Net-Zero para el 2050. Así que creo que es posible hacerlo, pero se va a necesitar un presupuesto importante para lograrlo..

“LA SOSTENIBILIDAD RESPECTO A CÓMO MANEJA ARUBA EL TURISMO ES CLAVE”

Stakeholders conversa con Ronella Croes, CEO de la Autoridad de Turismo de Aruba, quién comenta cuáles son los esfuerzos de la isla para la conservación del entorno natural, el bienestar de la comunidad y el modelo que siguen para promover el turismo sostenible.

POR MILAGROS BRACAMONTE
mbracamonte@stakeholders.com.pe

¿Qué importancia tiene para Aruba el desarrollo de un turismo sostenible?

La sostenibilidad respecto a cómo maneja Aruba el turismo es clave, considerando que depende de más del 80 % de turismo en términos de contribución al PBI. Además, más del 80 % de los trabajadores de Aruba dependen de este sector. Aruba ha venido evolucionando desde el año 2011, tomando un paso muy importante respecto al manejo del turismo. Ese año se privatizó el turismo y nosotros somos parte del equipo de la compañía privatizada.

¿En dónde radica el éxito de ser reconocido como un destino sostenible?

Hay mucha inversión en el producto Aruba, el modelo es más que atraer visitantes; es proteger e invertir en el producto Aruba por el bienestar de la comunidad para ofrecerle al visitante lo que desea cuidando la naturaleza, el medio ambiente y la cultura. De esa manera nos aseguramos de que el turismo se puede manejar sosteniblemente.

¿Cuáles son los esfuerzos de Aruba para la conservación del entorno natural?

Desde hace un tiempo, el 18 % del área terrestre de Aruba está en un parque protegido llamado Arikok; además, en los últimos años agregamos un 6 % de zonas protegidas, las cuales están en las aguas que conforman la isla. La intención es seguir ampliando estas zonas.



Ronella Croes
CEO de la Autoridad de Turismo de Aruba

¿Qué acciones han implementado frente al uso de productos como el plástico, por ejemplo?

Es importante resaltar que en Aruba está prohibido el plástico de un solo uso, todos los hoteles, restaurantes, etc., trabajan con productos *eco-friendly*. Por otro lado, pensando en la importancia de las playas de Aruba

y con la finalidad de proteger la vida marítima, se instauró una ley que prohíbe el uso de protector solar que contiene oxibenzona.

¿Han considerado el empleo de energías renovables?

Tenemos también el parque con turbinas que genera energía por medio

de viento. Respecto al aeropuerto, sea al llegar o salir, lo primero que visualizas es un parque solar que genera la energía que utiliza el aeropuerto. El aeropuerto de Aruba cuenta con un certificado Green Globe, el cual respalda las exigencias y los requisitos que cumple. Asimismo, el primer y único hotel certificado en Carbono Neutral del Caribe está en Aruba

¿De qué manera las autoridades de turismo de Aruba involucran a las comunidades en sus iniciativas?

El modelo de desarrollo sostenible que tenemos, además de enfocarse en el producto, hospitalidad y experiencia para el visitante, cuida del bienestar para la comunidad. Es por ello que invertimos en programas de capacitación y de entrenamiento para los que trabajan en turismo directa e indirectamente.

Contamos con programas donde la comunidad local puede participar y presentar sus propuestas de experiencias nuevas para ofrecer al turista y a los clientes. Nosotros seleccionamos el top 5 de las mejores propuestas y financiamos sus programas junto con el banco local.

Va de la mano con la promoción de la cultura local...

Invertimos también en la cultura de Aruba, brindando facilidades a los artistas locales, quienes participan en los festivales que organizamos y exponen sus murales. Además, tenemos festivales musicales anuales, esto representa una plataforma internacional para los artistas locales, ya que presentan su música y producciones

¿Qué tan importante es para Aruba el trabajo articulado? ¿Tienen alianzas con otras organizaciones?

La gama de *stakeholders* de Aruba es muy amplia a nivel local e internacional. Un ejemplo de ello es que tenemos un acuerdo con Aruba Excellence Foundation, una junta que está compuesta por nuestra oficina, el Gobierno, la Universidad de Aruba y la Asoc-

U Invertimos en programas de capacitación y de entrenamiento para los que trabajan en turismo directa e indirectamente. n

ciación de Hoteles de Aruba. La meta es proveer capacitación y cursos que permitan al sector turismo estar al día con las últimas tendencias.

También tenemos un convenio con el Comité Olímpico de Aruba, por medio de esta fundación ayudamos a que atletas locales compitan en diferentes competencias internacionales. Otro convenio que tenemos es con la Fundación Parque Nacional de Aruba, la cual vela por cuidar las zonas de re-

serva y las zonas protegidas de Aruba dando protección a la naturaleza y el medio ambiente

¿De qué manera viene trabajando Aruba para que los turistas realicen un turismo sostenible?

Tenemos un programa llamado My promise to Aruba, donde el turista se compromete a respetar las reglas de la isla. Nosotros explicamos al visitante los aspectos y las normas que hay en Aruba y les pedimos que respeten y se comprometan a respetar esos valores. Por otro lado, tenemos un trabajo muy dirigido en informar al turista en cada uno de los puntos atractivos los valores que tienen ciertas atracciones naturales y les pedimos que nos ayuden a protegerlas.

¿Cuál es alguno de los retos que Aruba debe afrontar para continuar en el camino hacia un desarrollo sostenible pleno?

Aruba es una isla que tiene cerca de 120 mil habitantes y anualmente recibe 1.2 millones de turistas viajeros que permanecen en la isla y 850 mil visitantes que recibimos por medio de cruceros. Esto representa mensualmente casi la misma cantidad de visitantes y habitantes. El reto está en conseguir ese balance del bienestar de la comunidad con el flujo de turistas que ingresa y sale de la isla. Tener las playas a punto de congestionar no es bueno para la comunidad ni para los turistas. Ese balance se tiene que manejar por medio de leyes e información. En ese sentido, Aruba continúa trabajando con diversas iniciativas para ser óptimos, ya que la isla seguirá creciendo. ..

Vuelo directo a Aruba

Perú es el tercer país de Latinoamérica que cuenta con vuelos directos a Aruba mediante LATAM Airlines. En términos de crecimiento para Latinoamérica, esto representa 25 mil asientos aéreos adicionales para el año 2024. Para Aruba significa una conexión muy atractiva en relación a los mercados de la región y esperan seguir creciendo en el mercado chileno, peruano, brasilero y argentino.

Al cierre de este año, lograron un récord con 116 mil visitantes de Latinoamérica anuales y para el 2024 han proyectado un total de 125 mil turistas, esto se logrará gracias a los avances a nivel de conexiones aéreas.

“INGRESÉ EN UN ESCENARIO DE CRISIS QUE NOS PERMITIÓ PONER EN PRÁCTICA ALGUNAS COSAS QUE VENÍA HACIENDO OEFA”

Johnny Marchán, presidente del OEFA, ha liderado una transformación integral en la fiscalización ambiental desde su asunción hace casi un año.

En conversación con *Stakeholders*, destaca la revisión del modelo de fiscalización, involucrando a gobiernos regionales y municipalidades. Con miras al futuro, el OEFA busca modificar el modelo de supervisión ambiental, introducir soluciones tecnológicas y fomentar el cumplimiento voluntario de compromisos ambientales.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

¿Cuál considera que ha sido su contribución más significativa desde que asumió el cargo?

Mi gestión al frente de OEFA empezó hace casi un año y comenzamos con la búsqueda de diversos espacios que permitan reflexionar sobre la regulación que hace, la experiencia y la información que tiene. Luego de 15 años de trabajo, con los cambios de la realidad del país, y la incorporación de nuevos sectores productivos al ámbito del OEFA se planteó repensar el modelo de fiscalización ambiental, considerando que no solamente estamos hablando del trabajo del OEFA, sino también del trabajo fiscalizador que tienen gobiernos regionales, municipalidades, ya que todos ellos forman parte del Sistema Nacional de Evaluación y Fiscalización Ambiental (Sinefa).

¿Se han podido identificar algunas situaciones o desafíos que todavía tienen que trabajar?

Hemos identificado en este espacio de reflexión muchos puntos por mejorar. Ya estamos trabajando en cambios a los que nosotros le llamamos “proceso de transformación de la fiscalización ambiental”. Hemos iniciado reuniones técnicas con gremios y con administrados, tenemos un proyecto piloto para crear una metodología de supervisión de

compromisos sociales, sobre todo de proyectos emblemáticos. Tenemos un nuevo instrumental regulatorio que permite la autorregulación de algunos administrados, aquellos que tienen la posibilidad de hacer autorregulación utilizando soluciones tecnológicas. Este año hemos creado un ranking del desempeño de los gobiernos regionales en el cumplimiento de su función de fiscalización ambiental, el cual lanzamos en diciembre. Hemos realizado diversas acciones durante este último año.

Considerando que usted ingresó en una época donde la OEFA fue bastante cuestionada por el tema del derrame de petróleo, ¿cómo ha logrado enfrentar estos desafíos?

Ingresé en un escenario de crisis que nos permitió poner en práctica algunas cosas que venía haciendo OEFA. Tuvimos una presencia continua en este 2023. Desde el primer mes de enero hicimos monitoreos mensuales, los líderes representantes de los pescadores nos han acompañado en estas jornadas de monitoreo. Nos acompa-



Johnny Marchán
Presidente del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA)

ñaron también en la custodia de las muestras hasta que ingresaban a los laboratorios y después también participamos con ellos en talleres de información. Hemos generado una práctica de que cada vez que teníamos resultados los transmitimos de inmediato a la población.

Gracias a este mecanismo, la población se ha mantenido informada de cómo ha ido evolucionando la limpieza de las playas afectadas. Este ejercicio lo hemos hecho desde Ventanilla hasta Huacho. Los mismos informes los remitimos a entidades públicas vinculadas a la problemática y también a algunas autoridades como congresistas. Eso por el lado de la participación ciudadana.

Ha sido un escenario complejo, venimos de una pandemia, estamos en recesión económica, todos estos elementos afectan el nivel de productividad de las empresas y creo que la regulación no puede ser ajena, creo con estas reuniones técnicas estamos encontrando los espacios adecuados para generar una ruta a transitar en los siguientes meses y si no, en los siguientes años a nivel nacional.

Resaltan mucho de su gestión el proyecto piloto Fortalecimiento de la fiscalización de obligaciones sociales. ¿Cuáles son los antecedentes, cómo nació esta idea y a qué contribuye esta situación a los propósitos del OEFA?

Este proyecto busca determinar una nueva metodología de supervisión de compromisos sociales, sabemos que los instrumentos de gestión ambiental tienen dos componentes, los cuales son atendidos con monitoreos nuestros y con supervisiones técnicas. Y tenemos los compromisos sociales, que están dirigidos a atender algunos elementos que van a mejorar la relación entre la empresa y las comunidades que están dentro del ámbito de influencia. Entonces, particularmente, estos últimos cuando

miramos los instrumentos de gestión ambiental tienen algunos problemas para hacer objetivos cuando los queremos evaluar.

¿Qué acciones o proyectos están realizando al respecto?

Lo cierto es que estamos en un piloto con seis proyectos emblemáticos, tres de ellos son proyectos mineros, dos de ellos son proyectos hidrocarburíferos y uno es una actividad productiva que es una cementera, los cuales están distribuidos en diferentes lugares del país y el objetivo final es cocrear junto con estas empresas las herramientas que nos permitan medir con objetividad estos compromisos sociales para luego, establecer una ruta de cumplimiento más adelante.

Vamos ya a mitad de recorrido del proyecto piloto y estamos viendo que se haría preciso no hacer ajustes al modelo de certificación ambiental. Considero que al final del proyecto vamos a hacer algunas propuestas conjuntas entre administrados y OEFA para que se pueda mejorar el marco normativo en este aspecto, a ese piloto se ha incorporado en los últimos meses las mesas ejecutivas que pertenecen al Ministerio de Economía y Finanzas y también se ha incorporado a la Sociedad Nacional de Minería Petróleo y Energía, ambos con la idea de aportar a la solución final que encontremos al final del piloto.

¿Qué visión tienen a futuro en el OEFA y en la gestión ambiental en el país?

Nos planteamos un par de retos bastante importantes, el primero de ellos está relacionado a modificar el modelo de supervisión ambiental, tanto las rutas técnicas que estamos siguiendo con el gremio del sector agropecuario y también soluciones que estamos encontrando con los grifos. Nosotros también supervisamos a los grifos que comercializan combustible entonces con estos dos proyectos estamos tratando de introducir un nuevo modelo de supervisión basado en riesgo. Este

lo que busca es generar un espacio de confianza primero entre los administrados. Si tenemos un administrador que cumple con rigor y con oportunidad sus compromisos ambientales, pues este merece un trato distinto. Este modelo que estaría empezando a implementarse con los gremios del sector agropecuario y algunos del centro de hidrocarburos, lo que buscamos es extenderlo progresivamente a todos los administradores del OEFA. Nos interesa encontrar en estos ejercicios los incentivos correctos para que este cumplimiento de los compromisos ambientales sea más voluntario que impuesto.

¿Qué desafíos se presentan al intentar un mayor empleo de las tecnologías en las labores?

Otro reto es utilizar mayores soluciones tecnológicas, tenemos un proyecto que está dirigido a crear unas herramientas de auto regulación orientada a grifos y establecimientos comercializadores de combustible. Esta herramienta lo que busca es que los administrados sin necesidad de supervisión hagan los reportes de sus monitoreos, la presentación de sus informes y nosotros a través de una aplicación emitir actas e informes, de manera que con ellos se pueda confirmar el cumplimiento de su compromisos ambientales, siendo establecimientos o administrados que están congraciados con la tecnología, que son negocios no muy grandes. Esto lo hemos trabajado ya con ellos durante seis meses, ha sido también un espacio de cocreación de esta aplicación informática que la vamos a empezar a lanzar a partir de enero de este 2024 y otro elemento importante es que la aplicación la vamos a colgar en la app Facilito que tiene OSINGERGMIN. Con ellos tenemos un convenio bastante amplio que nos permite hacer este trabajo conjunto. Entonces un grifo va a tener digamos la regulación que le hace OSINGERGMIN y que le hace OEFA en un solo aplicativo que lo puede manejar desde su propio celular..

BID INVEST Y CAJA AREQUIPA PROMUEVEN EL ACCESO AL CRÉDITO PARA POBLACIONES VULNERABLES EN PERÚ

BID Invest otorgó un préstamo a Caja Arequipa de hasta US\$50 millones equivalente en soles peruanos. BID Invest financiará US\$30 millones, equivalente en soles peruanos, mientras que US\$20 millones serán otorgados por Eco Business Fund administrado por Finance in Motion (FiM). El financiamiento permitirá ampliar el acceso a crédito para las MYPEs lideradas por mujeres, impulsando la inclusión financiera en Perú.

Las MYPEs generan el 85 % del empleo y aportan aproximadamente el 25 % del Producto Interno Bruto (PIB) en el Perú; no obstante, presentan una brecha importante en el acceso al financiamiento y en la productividad. El segmento de las mujeres, propietarias y/o líderes de mypes, se ha consolidado y muestran resultados significativos en Perú, así el 60 % de las MYPEs formales están dirigidas por mujeres, y en el segmento informal, el 70 % tienen mujeres al mando.

En esta oportunidad, el BID Invest complementará el financiamiento con una asesoría técnica que involucra el desarrollo e implementación de un sistema de monitoreo de impacto para estimar y servir mejor a las clientes MYPE de Caja Arequipa, en sus diferentes subsegmentos (mypes no bancarizadas, MYPE Mujer, entre otros). También identificará cadenas productivas en las que participa las MYPEs, lo cual permitirá a Caja Arequipa desarrollar una estrategia de financiamiento de dichas cadenas ampliando la inclusión y sostenibilidad en su cartera.

El financiamiento a través de créditos de capital de trabajo y/o inversión re-



sulta crucial para este sector, en vistas de lograr fortalecer su capacidad de producción, empleo, competitividad y desarrollo económico. Asimismo, su incorporación en el encadenamiento productivo y, por tanto, en un circuito de valor. Por su parte, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs) promueven la inclusión financiera, especialmente en las zo-

nas urbanas y periurbanas, y ahora expandiéndose a las zonas rurales.

Las CMACs también otorgan alrededor de la mitad de los microcréditos del país y atienden principalmente a las mypes, y por su naturaleza social, tienen un enfoque importante en el crédito y microcrédito con lente de género y otros segmentos vulnerables como diversidad, especialmente en las poblaciones indígenas, e inclusión de población no bancarizada, migrantes, entre otros.

Con esta operación, entre el BID y Caja Arequipa, esperan contribuir con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: Fin de la pobreza (ODS 1), Igualdad de género (ODS 5), Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), Industria, innovación e infraestructura (ODS 9), Reducción de las desigualdades (ODS 10), y Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17)..

EL DATO

Las MYPEs
generan el 85 % del
empleo y aportan
aproximadamente
el 25 % del Producto
Interno Bruto (PIB)
en el Perú.

D'ONOFRIO ENTREGÓ MÁS DE 650 JUGUETES PARA DEVOLVER LA MAGIA A LA NAVIDAD

Los juguetes fueron recaudados durante cuatro jornadas especiales en el Metro de Lima.

En un acto que refleja su compromiso con la comunidad y su deseo de devolver la magia de la navidad en esta temporada, Panetón D'Onofrio ha concretado la entrega de más de 650 juguetes a niños y niñas de dos importantes instituciones benéficas: Asociación del Niño Quemado – ANIQUEM y Liga contra el Cáncer.

Los juguetes fueron recaudados durante cuatro jornadas especiales en el Metro de Lima. Este hito ha sido el momento más emotivo de la campaña “La Magia Siempre Vuelve”, cientos de usuarios de este medio de transporte demostraron su solidaridad llevando juguetes en buen estado. Por su parte, Panetón D'Onofrio devolvió la magia a cada uno de ellos entregándoles un Panetoncito D'Onofrio para endulzar su trayecto.

Por otro lado, y de manera simbólica, Panetón D'Onofrio organizó una jornada especial para los más de 200 niños y niñas beneficiarios de ANIQUEM. En un ambiente festivo, se compartió el tradicional Panetón D'Onofrio acompañado de chocolate caliente, creando un momento de calidez y cercanía que quedará en el recuerdo de todos los asistentes mientras recibían su regalo navideño. La organización Liga contra el Cáncer también recibió sus respectivos juguetes, beneficiando a casi 300 niños en tratamiento oncológico en esta navidad.

Úrsula Conroy, gerente de Marketing de D'Onofrio, mencionó: “Cada año, esperamos con ansias la temporada navideña para reforzar nuestro compromiso con la comunidad. Ese es el espíritu detrás de la ‘Magia Siempre Vuelve’, estamos convencidos de que cada ob-



sequio entregado a estas cuatro instituciones no solo es un regalo en sí, sino también un mensaje de esperanza y cariño”.

Miguel Vizárraga, jefe de Comunicaciones de ANIQUEM, expresó: “Estos gestos, como el de Panetón D'Onofrio, refuerzan el compromiso de la sociedad con nuestros niños y niñas. Más

allá de un regalo, es un mensaje potente de que cuentan con el apoyo y amor de una comunidad entera”.

Panetón D'Onofrio, con esta acción, espera inspirar a más empresas y ciudadanos a sumarse a iniciativas solidarias durante esta época del año, porque la verdadera magia de la Navidad está en devolver lo recibido. ..



ANA OTORGÓ CERTIFICADO AZUL A EMPRESAS QUE REALIZARON USO EFICIENTE DEL AGUA Y CONTRIBUYERON A LA SOSTENIBILIDAD

También renovaron su certificación 8 empresas de los rubros agrícola, alimentos y de servicios públicos. Otras 7 iniciaron el proceso para lograr el Certificado Azul, entre las que destaca la institución educativa Alexander Von Humboldt.



La Autoridad Nacional del Agua (ANA) otorgó el Certificado Azul a siete empresas de diferentes regiones del país, que desarrollaron proyectos hídricamente responsables y con las cuales lograron reducir, cuidar y usar eficientemente el agua, a través del Programa Huella Hídrica.

Entre las entidades certificadas en esta 10° edición, destacan de diversos rubros como Tuberías y Geosistemas del Perú S.A. (Arequipa); Siderúrgica del Perú S.A.A. (Chimbote); Inmobiliaria El Quinde S.A.C. (Ica); Grupo Fer. Cons S.A.C. (Puno); Compañía Minera Poderosa S.A. (La Libertad); y Minera Aurífera Retamas S.A. (La Libertad).

Para alcanzar el Certificado Azul, estas compañías cumplieron con los compromisos asumidos al inicio del proceso de certificación, que consisten en llevar adelante un proyecto de reducción de consumo de agua, así como un plan de valor compartido, este último en beneficio del entorno donde operan.

El jefe de la Autoridad Nacional del Agua Juan Carlos Castro Vargas destacó el esfuerzo de las compañías participantes en el programa, de realizar una gestión integrada y mejora de eficiencia de los recursos hídricos, controlar sus vertimientos y hacer uso de aguas residuales, entre otras acciones que mejoran las condiciones de este recurso en nuestro país.

“El recurso hídrico es estratégico, no hay ningún proyecto ni actividad que no requiera agua para su desarrollo. Ello nos lleva a tener una altísima responsabilidad en el cuidado de los recur-

sos hídricos porque necesitamos aprovecharlos hoy, y también cautelar para el futuro. Si se compromete seguridad hídrica, se compromete seguridad alimentaria”, subrayó.

Institución educativa entre los nuevos participantes

Por otro lado, la ANA también entregó constancias de participación a 7 empresas, con la cual inician su proceso de certificación. En este grupo, destacan la institución educativa Alexander Von Humboldt, y la compañía Agrícola Challapampa S.A.C. También figuran las empresas Hudbay Perú S.A.C.; Mexichem Perú S.A.; Alpayana S.A.; Tecnofil S.A.; e Industrias Nettalco S.A.

Asimismo, otras 8 empresas, algunas de ellas del rubro agrícola, alimenticio y de servicios, renovaron su certificación. Figuran, Compañía Minera Coimolache S.A.; Shahuindo S.A.C.; Agrícola Cerro Prieto S.A.; Compañía Nacional de Chocolates de Perú S.A.; Compañía Minera Condestable S.A.; Agrícola Don Ricardo S.A.C.; Gas Natural de Lima y Callao S.A.; y San Miguel Fruits Sede Chincha. ..



ESTUDIANTES DE LA PUCP FUERON PREMIADOS POR SU INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN PROYECTO DE ECONOMÍA CIRCULAR DE TOYOTA

La Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y Toyota del Perú llevaron a cabo la premiación de la tercera edición de su proyecto colaborativo de Economía Circular. Esta destacada iniciativa ha resaltado la creatividad y el compromiso con la sostenibilidad de los estudiantes universitarios.

David Caro, gerente de Asuntos Corporativos & ESG, expresó su admiración por el nivel de originalidad y dedicación en las propuestas presentadas.

“Como Toyota del Perú nos esforzamos por tener un menor impacto ambiental y contribuir al desarrollo de una sociedad sostenible en armonía con nuestro entorno. En ese sentido, buscamos fomentar la creatividad de los estudiantes para abordar los desafíos ambientales actuales a través de nuestra iniciativa de Economía Circular. Esta iniciativa también busca incentivar nuevas formas de hacer negocios con un enfoque sostenible, orientado a las futuras generaciones”.

En esta edición, cuyo objetivo era diseñar asientos a base de materiales de descarte del sector automotriz, participaron 35 estudiantes, organizados en 12 grupos. Las propuestas fueron una muestra de la creatividad y capacidad de los jóvenes para transformar materiales en desuso en productos funcionales, comerciales y estéticos.

En este contexto, es crucial destacar la importancia de la colaboración entre una empresa privada líder como



Toyota del Perú y una institución académica de renombre como la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). La sinergia entre el sector empresarial y la educación superior ha demostrado ser fundamental para impulsar la innovación y la sostenibilidad en la formación de los futuros profesionales.

Los premios otorgados a los equipos ganadores, en reconocimiento a su esfuerzo y dedicación, reflejan el compromiso de la marca por fomentar la innovación sostenible entre los jóvenes:

- 1er puesto:** 1 tablet para el grupo que diseñó el asiento denominado “Stool”. Conformado por Almudena Carmona, Eduardo Velásquez y Camila Vásquez.
- 2do puesto:** 1 minitorno para el equipo que diseñó el asiento denominado “Toolrider”. Conformado por Grethel Salas, Aarón Quispe y Mathias Manosalva.
- 3er puesto:** 1 set de 120 rotuladores para el grupo que diseñó el asiento denominado “360”. Conformado por Daniela Peña y Mario Echevarría.

Estos premios buscan no solo reconocer el talento de los estudiantes y su compromiso con la economía circular, sino también fomentar la integración de la sostenibilidad en la práctica del diseño, promoviendo así una conciencia responsable entre los futuros profesionales del campo. ..



PETROTAL RECIBE PREMIO DESARROLLO SOSTENIBLE 2023 POR CONSERVACIÓN DE LAS TARICAYAS

En el marco de su convenio con el Sernanp, la empresa encargó estudios sobre la especie en la Reserva Nacional Pacaya Samiria y viene apoyando iniciativas para asegurar su aprovechamiento sostenible.

El compromiso asumido por PetroTal, operador del Lote 95, con la protección de la Reserva Nacional Pacaya Samiria se plasma en programas e iniciativas con resultados concretos, como el esfuerzo que viene desplegando en aras de la preservación y aprovechamiento sostenible de las taricayas.

Las iniciativas que impulsa la empresa en torno a esta pintoresca especie de tortuga forman parte del convenio de largo aliento que tiene con el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) y que le han valido la obtención del Premio Especial Conservación de la Biodiversidad en la categoría Gestión Ambiental del Premio Desarrollo Sostenible 2023.

El reconocimiento otorgado por la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE) resalta los estudios genéticos y poblacionales de taricaya (*Podocnemis Unifilis*) facilitados por PetroTal –que fueron liderados por el Sernanp y encargados al Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP)– para identificar posibles cambios relacionados con el aprovechamiento comercial de la especie por distintos actores.

Esta investigación permitió determinar que las acciones de manejo promovidas por el Sernanp han contribuido a la recuperación de la especie, manteniendo su variabilidad genética y su población en la reserva.

De igual forma, como parte del convenio, la empresa facilitó la formalización de la empresa Pacaya (Peruanos Amazónicos Conservando la Amazonía y sus



Áreas Naturales Protegidas), dedicada a la comercialización sostenible de huevos de taricaya empacados al vacío en mercados de la Amazonía.

Este emprendimiento, que involucra a nueve grupos de manejo conformados por pescadores de Puinahua –distrito donde se ubica el campo Breña Norte del Lote 95–, impulsa la igualdad de género y beneficia a más de 90 familias.

Con Pacaya se ha formalizado la comercialización controlada e industrializada de los huevos de taricaya, como parte de un círculo sostenible que abarca la liberación anual de crías de la especie en distintos puntos de la reserva para asegurar su población.

Guillermo Flórez, gerente general de PetroTal, resaltó que el premio obteni-

do es el resultado de un trabajo arduo y conjunto que involucra a trabajadores de la empresa, funcionarios, científicos, pescadores capacitados, expertos locales, entre otros actores que se han unido para preservar una especie que es también un recurso.

“La unión de esfuerzos entre el sector privado y el Estado permite concretar proyectos eficientes como ha ocurrido con las taricayas que son un símbolo de la Amazonía y que ahora son el eje de un modelo productivo y sostenible que beneficia a nuestros vecinos”, manifestó.

Este año, Pacaya espera comercializar más de 70 mil huevos en supermercados, restaurantes, empresas de turismo y otros mercados que pueda desarrollar gracias al registro sanitario que tiene el producto..

NACIONES UNIDAS EN PERÚ Y UPC PROMUEVEN EL DIÁLOGO SOBRE LOS RETOS DE LOS ODS Y EL ROL DE LAS UNIVERSIDADES EN LA AGENDA 2030

Fueron tres sesiones de conversatorio realizadas durante los meses de octubre y noviembre, dirigidas por María Fernanda Awapara, representante de las Naciones Unidas.

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), en alianza con las Naciones Unidas en Perú, impulsó un programa de charlas dirigidas a la comunidad universitaria, a fin de brindar información y motivar el diálogo sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), objetivos establecidos por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Fueron tres sesiones de conversatorio realizadas durante los meses de octubre y noviembre, dirigidas por María Fernanda Awapara, representante de las Naciones Unidas; quien expuso los temas de “Antecedentes y origen de los ODS y la visión global de la Agenda 2030” y “Retos y avances de los ODS en Perú y el papel de las universidades” para docentes y alumnos de diversas carreras.

En el desarrollo de las sesiones, María Fernanda resaltó los avances que Perú ha logrado desde la adopción de los ODS en 2015 hasta la fecha. Estos avances incluyen mejoras en la reducción de la pobreza, la expansión de la cobertura de salud y educación, así como esfuerzos para promover la igualdad de género y la conservación del medio ambiente. Sin embargo, también enfatizó que todavía existen desafíos importantes que deben abordarse para lograr un desarrollo sostenible completo en el país.

Entre los desafíos mencionados se incluyen la necesidad de reducir las brechas



Todavía existen desafíos importantes que deben abordarse para lograr un desarrollo sostenible completo en el país.

de desigualdad, mejorar la gestión sostenible de los recursos naturales, abordar la migración y la urbanización, y fortalecer la cooperación internacional para abordar problemas globales como el cambio climático.

Las conferencias de María Fernanda Awapara sirvieron como un recordatorio de la importancia de los ODS y la necesidad de que los gobiernos, la sociedad civil y el sector privado conti-

núen trabajando juntos para lograr un desarrollo sostenible en el Perú y en todo el mundo. Y, además, como motivación para los alumnos y docentes participantes sobre la relevancia de ser agentes de cambio activos desde sus distintas especialidades, abordando y debatiendo sobre posibles soluciones a los retos de la Agenda 2030 a fin de construir un futuro más justo y sostenible para las generaciones futuras..

UPC Y BECA 18: LA OPORTUNIDAD PARA ACCEDER A UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD EN EL PERÚ

Desde su creación hasta la fecha, un total de 86 574 estudiantes de todo el Perú han sido beneficiados con este programa.

Beca 18 es el beneficio más importante que ofrece el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (Pronabec) del Ministerio de Educación, pues permite que miles de jóvenes estudien una carrera profesional en universidades e institutos del país, con todos los gastos cubiertos.

Al cierre del año 2022, un total de 3667 alumnos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) formaban parte de este programa y, actualmente, viven la experiencia de estudiar el pregrado en una de las mejores instituciones privadas del país.

Además de recibir una educación de calidad, los becarios tienen la oportunidad de estudiar y aprovechar la moderna infraestructura, los laboratorios de última generación, e importantes programas de deportes e internacionalidad.

Esto se suma al trabajo dirigido, especialmente, a este grupo de estudiantes, con el objetivo de asegurar su permanencia universitaria. De esta manera, la UPC brinda consejerías psicológicas, tutoría entre pares para fortalecer capacidades académicas, tutoría de ciencias (9 de cada 10 becarios participantes aprueban sus cursos), y sesiones de orientación vocacional.

“A través de un modelo de acompañamiento, trabajamos para que todos nuestros becarios se adapten, se consoliden y se inserten exitosamente a la vida universitaria. De esta manera, buscamos asegurar que culminen sus estudios satisfactoriamente y se conviertan en los profesionales que el país necesita”, subraya Edward Roekaert, rector & CEO de la UPC.



Nueva modalidad de estudios

La Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) ha integrado un nuevo modelo de gestión académica llamado “Libertad UPC”. Este modelo es una oportunidad para democratizar la educación y tener una enseñanza universitaria de alto nivel para que más jóvenes de diferentes ciudades del país puedan tener la posibilidad y la libertad de elegir la modalidad de estudio que más se adecúa a sus necesidades, durante toda la carrera universitaria que se elija. Para conocer más sobre la UPC, ingresa a upc.edu.pe o las redes sociales institucionales: Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn.

Este compromiso con los becarios del Pronabec también se refleja en los altos índices de estudiantes que mantienen su beca (98 %) y la tasa de aprobación de cursos (96 %). De igual manera, es importante mencionar que los alumnos beneficiarios reciben el acompañamiento necesario para su inserción en el mundo laboral, a través de talleres con especialistas.

Según una encuesta de Ipsos Perú (2022), 9 de cada 10 egresados de la UPC consigue empleo. Asimismo, de acuerdo con el portal “Ponte en Carrera” (Minedu), los upecinos tienen los sueldos más altos del mercado en 20 carreras especializadas, en áreas de ingeniería, administración y comunicaciones.

Finalmente, el trabajo en conjunto entre la UPC y el Pronabec contribuye con la promoción de la educación superior en el Perú. Ambas instituciones trabajan para brindar a los beneficiarios de las becas un camino hacia el crecimiento personal y profesional, empoderándolos para enfrentar los desafíos del futuro.●●

CÁLIDDA IDENTIFICA 12 ESPECIES ENDÉMICAS EN SU PRIMER INFORME DE MONITOREO BIOLÓGICO

Cálidda realizó la presentación de su Informe de Monitoreo Biológico para identificar las especies de flora y fauna que albergan las comunidades en Lima y Callao.

■ Cálidda, realizó su primer Muestreo Biológico en el Sistema de Distribución de Gas Natural, con el objetivo de identificar las especies de flora y fauna que alberga en las urbanizaciones de Lima y Callao, como parte de su estrategia de sostenibilidad y Programa de Biodiversidad que busca revalorizar la biodiversidad mediante el cuidado y protección de las especies identificadas en el estudio.

A partir de este estudio, la empresa distribuidora de Gas Natural busca, además, difundir los resultados con el objetivo de generar mayor conocimiento en la población acerca de la existencia de la biodiversidad; y su importancia para mantener el equilibrio ecosistémico, generando así mayor conciencia social sobre el cuidado y protección del ambiente y su biodiversidad.

El estudio se realizó en alianza con el equipo especializado SGS y la metodología fue aprobada por el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre – SERFOR, entidad que acredita la validez del presente estudio. El muestreo biológico se realizó en 21 estaciones de monitoreo distribuidas en Lima y Callao, siendo las estaciones de mayor albergue de biodiversidad las lomas costeras de Ventanilla y Villa María del Triunfo.

Los resultados de este estudio revelaron la presencia de 145 especies de flora, 35 especies de aves y 6 especies de reptiles. Se entiende por flora al conjunto de especies y variedades de plantas, y por vegetación a la composición en riqueza, abundancia y diversidad del manto vegetal de un determinado territorio.



Los resultados de este estudio revelaron la presencia de 145 especies de flora, 35 especies de aves y 6 especies de reptiles.

Entre las especies botánicas identificadas, 10 están catalogadas en alguna categoría de conservación según la lista nacional e internacional, incluyendo situaciones de casi amenazadas, vulnerable, peligro crítico, data deficiente y extinto.

Asimismo, 5 especies están incluidas en el Apéndice II del Comercio Internacio-

nal de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), lo que significa que no se encuentran necesariamente en peligro de extinción, pero su comercio debe controlarse a fin de evitar una utilización incompatible con su supervivencia. Además, 7 especies son consideradas endémicas para el territorio nacional.

Por su parte, el informe sobre fauna destaca que 3 especies de aves figuran en el Apéndice II del CITES, lo que significa que no se encuentran necesariamente en peligro de extinción, pero su comercio debe controlarse a fin de evitar una utilización incompatible con su supervivencia y 1 especie considerada endémica para el territorio nacional.

Del mismo modo, se identificó que 4 especies de anfibios endémicos están clasificados como especies con alta prioridad para conservación, en situaciones vulnerables, casi amenazadas o en peligro según las categorías de conservación nacional e internacional.

Este valioso conjunto de datos será presentado en el próximo SIMPOSIO CITES 2024, un evento promovido por el Ministerio del Ambiente, consolidando así el compromiso de Cálidda con la revalorización de la biodiversidad a través de la preservación y conocimiento de los ecosistemas en la región Lima y Callao.

El acceso al Informe de Monitoreo Biológico es público y está disponible en la página web de Cálidda ingresando a la sección Acción por el clima, Biodiversidad. También lo pueden encontrar en el siguiente enlace: https://www.calidda.com.pe/DocumentosPDF/Informe-Muestreo-Biologico_2023.pdf ..

MÁS DE 260 MIL FAMILIAS DEL NORTE DEL PERÚ YA CUENTAN CON EL SERVICIO DE GAS NATURAL

Solo en el 2023, se conectaron al servicio de gas natural a más de 47 mil familias de Cajamarca, Lambayeque, La Libertad, Áncash y Piura. En cuanto a industrias, Cajamarca, Lambayeque, La Libertad, Áncash y Piura cuentan con más de 90 conectadas al gas natural.

Al cierre del 2023, más de 260 mil familias del norte del Perú cuentan con el servicio de distribución de gas natural, con impacto directo en un millón de personas, informó Quavii, una empresa de Promigas. De ese total, 245 mil hogares se ubican en las regiones de Cajamarca, Lambayeque, La Libertad y Áncash; y 18 mil en la región Piura.

De acuerdo con la empresa, solo en el presente año se conectaron al servicio de gas natural a más de 40 mil familias en los primeros cuatro departamentos; mientras que en Piura se logró conectar a más de 7 mil viviendas.

“Hemos superado la meta de conexiones del 2023 en todas las regiones donde operamos, contribuyendo a reducir la pobreza energética en dichas zonas geográficas. Estamos beneficiando a más de un millón de peruanos y seguimos enfocados en el camino para mejorar la calidad de vida de más peruanos con un servicio confiable, seguro y amigable con el medio ambiente”, afirmó Miguel Maal, gerente general de Promigas Perú.

El avance logrado ha sido producto de una inversión acumulada de USD 260 millones realizadas por Quavii para construir más de 3800 km de redes de distribución en Chiclayo, Lambayeque, Cajamarca, Trujillo, Pacasmayo, Chimbote y Huaraz; y de la inversión de USD 180 millones para construir más de 700 km de redes de distribución en Piura, Sullana, Talara, Paita y Sechura.



Además, el Estado asignó recursos adicionales, a través de los programas Con Punche Perú y FISE, para ampliar la cobertura en estas jurisdicciones. En el caso de Piura, las asignaciones permitieron desarrollar proyectos especiales de suministro de gas natural en localidades no contempladas inicialmente en el plan de masificación de la región, como La Tortuga, La Brea-Negritos y El Alto, donde ya se iniciaron las primeras conexiones de los 6500 hogares programados en estas áreas.

Industrias y transporte sostenible

En cuanto a industrias, Cajamarca, Lambayeque, La Libertad, Áncash y Piura cuentan con un total de 90 conectadas al gas natural. De ese total, 60 se ubican en los primeros cuatro departamentos y 30 en Piura, incluyendo la Nueva Refinería de Talara y Miski Mayo.

En detalle, las industrias conectadas al servicio de gas natural en Cajamarca, Lambayeque, La Libertad y Áncash al cierre del 2023 crecieron un 40 % respecto al 2022; y las de Piura, un 100 % respecto al año previo, lo cual representa una mejor gestión de recursos energéticos que optimizan los procesos de estos negocios locales.

Respecto al desarrollo del transporte sostenible, hace algunos meses, Quavii presentó sus dos estaciones de estaciones de servicio de GNL para desarrollar el Corredor Verde, que demandaron una inversión de USD 3.5 millones para atender al transporte de carga pesada en la costa peruana (Trujillo y Chiclayo). La meta al 2024 incluye que los primeros 122 tractos utilicen GNL, incluyendo 34 unidades cisternas de la flota propia de Quavii que son usadas para el gasoducto virtual que abastece de gas natural a toda la zona norte del país..

INDRA Y CONIDA INICIAN EL DESARROLLO DE UN AMBICIOSO HUB DE APLICACIONES ESPACIALES

Durante la primera etapa se aborda el Estudio de Viabilidad e Ingeniería para el Desarrollo de un centro de Observación de la Tierra en el Perú. Se definirán las herramientas más potentes para gestionar el territorio y entorno marino, gestionar emergencias y detectar incidencias medioambientales.

Indra, una de las principales empresas globales de tecnología, consultoría y sistemas de defensa, lidera, de la mano de la Comisión Nacional de Investigación y Desarrollo Aeroespacial (CONIDA), un proyecto clave de Estudio de Viabilidad e Ingeniería para el Desarrollo de un hub de aplicaciones de Observación de la Tierra, el cual le brindará a todos los usuarios del CONIDA (entre los que se encuentran la Presidencia del Consejo de Ministros, el Instituto Nacional de Defensa Civil, y diversos gobiernos regionales de todo el país) la información y herramientas necesarias para el uso adecuado de imágenes satelitales que potencien el monitoreo y la gestión del territorio nacional (terrestre y marítimo) y el impacto del cambio climático, la vigilancia a bosques e infraestructuras, además de alcanzar una respuesta a emergencias mucho más efectiva.

La observación de la Tierra es fundamental para comprender y controlar los problemas medioambientales y el cambio climático, además de que nos permite alcanzar objetivos de desarrollo sostenible, como la detección de las necesidades de agua y alimentos de una población mundial en constante crecimiento.

Es por ello que todos los países están invirtiendo en programas específicos que los fomentan y, en especial, en el desarrollo de centros y plataformas de servicios, con el fin de explotar el potencial creciente del segmento

downstream (el cual implica el uso de los datos provenientes de los sistemas espaciales).

Indra es una empresa líder en este ámbito y ha jugado un papel clave dentro de grandes programas de observación de la Tierra como Copernicus, iniciativa de referencia mundial impulsada por la Unión Europea, que servirá de referente para el tipo de soluciones que se quieren implementar en Perú.

“El desarrollo espacial y la observación de la Tierra son áreas que cada día cobran mayor importancia en el Perú, tanto para las entidades estatales como para el sector privado afín. Indra, gracias a su experiencia en este ámbito, junto a la capacidad tecnológica del CONIDA, cuentan con todo el conocimiento para desarrollar un conjunto de soluciones que beneficiarán a todos los peruanos y al segmento espacial nacional”, sostiene Andrés Agüero, Gerente Senior de ATM, Transporte y Defensa de Indra Perú y líder de la iniciativa.

Soluciones alineadas a las necesidades de diversos sectores

A través de un análisis del contexto y de la problemática actual, el Perú GEO Hub (denominación que se le ha brindado al Hub de Aplicaciones Espaciales del Perú que se desarrollará) brindará atención a las prioridades nacionales de acuerdo a las necesidades de los usuarios en diversos sectores:

- **Monitoreo terrestre:** Soluciones para la gestión del territorio urbano y rural, de bosques y otros ecosistemas, infraestructuras, agua y agricultura y la protección del patrimonio cultural.
- **Monitoreo marítimo:** Se potenciará la vigilancia marina y costera y el monitoreo de parámetros biogeofísicos e incidencias de vertidos de petróleo.
- **Emergencias:** Soluciones para una detección efectiva de inundaciones, deslizamientos y huaicos, incendios forestales, sismos y actividad volcánica y tsunamis.
- **Servicios climáticos:** Atención a incidencias de salud, agricultura, medioambiente y problemáticas urbanas.

Para lograrlo, se desarrollará y potenciará el portafolio de soluciones y productos brindados por el CONIDA, el cual implica contar con un repositorio nacional de imágenes de satélite, el servicio de generación de ortoimágenes y vistas, el servicio de gestión de riesgos, el de monitoreo de la Amazonía y de cultivos, además de la generación de parámetros biogeofísicos, entre otros.

De esta forma, Indra reafirma su compromiso con el desarrollo de la industria aeroespacial en el Perú, brindando toda su experiencia internacional para el desarrollo de una ambiciosa agenda de consultoría e ingeniería técnica que se desplegará durante los próximos meses. ..

HEINEKEN PERÚ PRESENTA LAS INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD QUE DESARROLLARON ESTE 2023

La compañía llevó a cabo iniciativas en materia de reciclaje, consumo responsable y limpieza de espacios públicos, habiendo cumplido exitosamente su objetivo de triple impacto (económico, ambiental y social).

HEINEKEN viene confirmando su compromiso con la sostenibilidad en 192 países, bajo su estrategia “Brew a Better World”. Este año la cervecera llevó a cabo iniciativas en el Perú para contribuir en lo social, medioambiental y consumo responsable; y aportar a su meta global por las cero emisiones netas de carbono al 2030.

La compañía recibió la aprobación de sus objetivos de sostenibilidad por la Science Based Targets, siendo la primera cervecera en superar este hito. En esa línea, Alejandra Jimenez, directora de Recursos Humanos y Asuntos Corporativos de HEINEKEN Perú, comentó que promovieron el reciclaje, el ahorro de energía y la limpieza de playas a través de alianzas estratégicas, innovación y gracias al compromiso de los colaboradores.

“Haber implementado acciones por un mayor desarrollo sostenible, confirma que desde el privado podemos responder a una problemática global. Desde la compañía, lo hacemos siempre considerando los lineamientos que tenemos a nivel mundial y adaptándolas a la realidad local”, acotó Jimenez.

HEINEKEN Perú desplegó su campaña Zero Waste to Landfill en los eventos donde sus marcas estuvieron presentes. En colaboración con Ambipar Environment, en cada uno se buscó recolectar el aluminio y el plástico de los envases de cerveza para luego valorizarlos en la planta de Villa el Salvador de la empresa aliada.

A lo largo del año se recopilaban más de cinco toneladas y media en botellas de



vidrio, latas, cartón y PET. Por ejemplo, ambas empresas valorizaron cerca de cuatro toneladas de vidrio que derivaron del consumo de cerveza durante las cinco fechas del Oktoberfest 2023.

Por otro lado, la cervecera y Alaac Ooh Perú diseñaron “Pixeless”, tecnología que usan en sus pantallas digitales en vía pública, la cual permite ahorrar hasta un 15 % de energía. Jimenez señaló que la innovación está a disposición de más empresas que quieran usarla gratuitamente, a través de www.heinekenpixeless.com, y busquen reducir su impacto.

Siendo auspiciador de Recicla Consciente, HEINEKEN Perú se sumó a la limpieza de la playa San Pedro de Lurín que congregó a más de 140 voluntarios de 22 empresas aliadas. Se recolectaron más de 770 kg de residuos sólidos, entre material reciclable y no reciclable.

Los voluntarios de HEINEKEN Perú también se sumaron a la campaña “Huachipa te quiero verde” para limpiar la avenida Ramiro Prialé. Fue un éxito,

pues brindaron herramientas, pancartas y camiones para retirar los residuos.

En alianza con la Sociedad Nacional de Industrias y Ambipar Environment, la compañía participó en una campaña de concientización ciudadana. En esta iniciativa participaron 70 voluntarios, quienes recolectaron tres toneladas de residuos sólidos y media tonelada de residuos reaprovechables.

El consumo responsable es importante para HEINEKEN Perú, por lo que se alió con UBER para brindar códigos de descuento a los asistentes de sus eventos y puedan trasladarse de manera segura hacia sus destinos. Así, la cervecera reforzó la comunicación “Si tomas, no manejes”.

HEINEKEN Perú continúa aportando a su agenda global para alcanzar las cero emisiones netas de carbono. Enfocados en su estrategia Brew a Better World, proyectan un 2024 con novedades e implementaciones que contribuirán a la sociedad y a su meta corporativa. ●●

ROQUE BENAVIDES: ANTOFAGASTA MINERALS VE ATRACTIVOS NUESTROS PROYECTOS TRAPICHE Y COIMOLACHE SULFUROS

Presidente del directorio en Compañía de Minas Buenaventura afirmó que el cobre tiene un futuro promisorio en nuestro país, en el marco de energías alternativas.

La chilena Antofagasta plc, del Grupo Luksic y controladora de Antofagasta Minerals, adquirió, la semana pasada, el 19 % de las acciones representativas del capital de la Compañía de Minas Buenaventura S.A.A. Al respecto, Roque Benavides, consideró que dicha transacción se dio debido a que la trasnacional ve atractivos los proyectos Trapiche (Apurímac) y Coimolache Sulfurus (Cajamarca), los cuales tienen en cartera.

Coimolache es un proyecto de oro a tajo abierto que Buenaventura opera desde el 2011; mientras que Trapiche es un proyecto de cobre descubierto en el año 1993.

El ejecutivo no solo destacó la cartera de proyectos de la compañía, sino que reveló que la operación con Antofagasta Minerals provocó que el precio de la acción de Buenaventura subiera en los últimos días. “Creo que ellos ven en Buenaventura una oportunidad de desarrollo y de incursionar en el mercado peruano”, declaró en entrevista con el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP), como parte del Jueves Minero.

En ese sentido, contó que ya tuvo una primera reunión con Jean-Paul Luksic, presidente de Antofagasta Minerals, y otros directivos de la empresa chilena y le ratificaron su interés por el cobre nacional.

“Antofagasta Mineral es productora de 600 mil toneladas de cobre al



año y es una empresa que tiene una larga tradición en el mercado minero (...) Tengo la mejor impresión de ellos, así creo que va a ser una contribución para Compañía de Minas Buenaventura y trabajaremos con la amplitud y la dedicación de siempre”, apuntó.

Futuro del cobre

El presidente del directorio en Compañía de Minas Buenaventura sostuvo que el cobre tiene un futuro promisorio para nuestro país. ¿La razón? Por ejemplo, con el uso de carros eléctricos, que hoy consumen cuatro veces más cobre que un carro que lo produce un carro a combustión, las energías alternativas serán una oportunidad.

“En 6, 7 u 8 años, no habrá suficiente cobre en el mundo para la demanda que se presentará. Entonces nosotros creemos que el cobre tiene un futuro promisorio o como dicen: ‘brilla tanto como el oro’, y eso es muy importante”, expresó al IIMP.

Además, manifestó que, a comparación de Chile, el Perú cuenta con mayor ventaja, ya que cuenta con más yacimientos de cobre. “Chile produce hoy en día 6 millones de toneladas de cobre al año y nosotros producimos 2.7 millones de toneladas al año, pero el Perú tiene muchos más proyectos de cobre que Chile y la verdad es que el mercado del cobre se nota muy promisorio”, ratificó..

CAMPAÑA JUVENIL POR LA CONSERVACIÓN DE LA AMAZONÍA GANA PREMIO NACIONAL AMBIENTAL 2023

La iniciativa pasa a la notable lista de 143 ganadores que recibieron el más alto honor conferido por el Estado a proyectos ambientales.

Una iniciativa ambiental que une a miles de jóvenes por la Amazonía es una de las recientes ganadoras del Premio Nacional Ambiental Antonio Brack Egg 2023, la máxima distinción del Estado al desempeño de personas y organizaciones que contribuyen al cuidado ambiental.

Se trata de Consecuencias, una campaña comunicacional que busca informar y generar conciencia -sobre todo a las juventudes de Lima, Loreto, Ucayali y Madre de Dios- acerca del impacto de delitos ambientales como el tráfico ilícito de fauna silvestre, la tala ilegal y la minería ilegal.

Impulsada por el Proyecto Prevenir de USAID y acompañada por diversos aliados del sector público y privado, Consecuencias fue nombrada ganadora en la categoría 'Acción Ambiental

Ciudadana'. La iniciativa figura entre las 13 experiencias que recibieron el galardón nacional por parte de la presidente Dina Boluarte, este último miércoles, en una ceremonia especial.

El premio recibido es el segundo para Consecuencias, tras ser distinguida también a nivel internacional en los Premios Eikon 2023, realizados en Argentina. Allí fue reconocida por su

trabajo comunicativo y su enfoque innovador en el uso de la educación, el entretenimiento y la música para generar conciencia ambiental.

Nuevo lanzamiento de Consecuencias

En su tercera edición, la campaña buscará seguir sumando voces que fomenten una cultura de prevención de delitos ambientales en la Amazonía. La cruzada desplegará diversas actividades de información y sensibilización en Loreto, Ucayali y Madre de Dios, las tres regiones amazónicas más grandes y con mayor incidencia de tala ilegal, minería ilegal y tráfico de vida silvestre en el Perú.

Todos pueden conocer más sobre esta iniciativa en www.consecuencias.pe y sumarse al movimiento en sus redes sociales de Facebook e Instagram..

EL DATO
Consecuencias también ha sido distinguida por los Premios Eikon 2023, realizados en Argentina.



#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), 985 Atlantic Avenue, Suite 100, Alameda, CA 94501, 510.748.9001.

UPC

exígete, innova



Primera consultora en tecnología del Perú*



INGRESA AQUÍ

* Fuente: IDC Peru Semiannual Services Tracker, 2023