

Stakeholders

Sostenibilidad

ARMANDO CASIS

Director de Sostenibilidad
en la Universidad ESAN

“Nuestro reto es convertir a ESAN
en la comunidad académica
número uno en sostenibilidad
en la región de América Latina”

EDICIÓN

INCLUSIÓN
FINANCIERA

ESPECIAL

RANKING MERCOSUR ESG
TURISMO SOSTENIBLE



merco
RESPONSABILIDAD ESG

En Caja Arequipa implementamos políticas ESG que generan un impacto positivo, relevante y sostenible en las personas y el entorno, transformando vidas, más allá de las finanzas.

Somos Caja Arequipa, una caja con sentido.



Ranking **E Ambiental** Responsables del cuidado del medioambiente. **PUESTO 33**

Ranking **S Social** Comprometidos con nuestros clientes y sociedad. **PUESTO 27**

Ranking **G Gobernanza** Liderazgo ético y transparente y buen gobierno. **PUESTO 35**

RANKING GENERAL
ENERO 2024
Top 100 Perú

PUESTO
31



caja
arequipa

EQUIPO

DIRECTOR Javier Arce Novoa
jarce@stakeholders.com.pe

JEFE DE CONTENIDO Mario Antúnez de Mayolo Soto

JEFE DE REDACCIÓN Renzo Rojas

GERENTE DE MARKETING EDITORA WEB Natalia Arce Nájjar

REDACTORAS Denisse Torrico
Milagros Bracamonte

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

GERENTE COMERCIAL Luis Arce Novoa

GERENTE DE PUBLICIDAD Verónica Atauyucu Luna

ANALISTA DE COMUNICACIONES Marilia Vargas Carrasco

ANALISTA DE NUEVOS CONTENIDOS Nicolás Nadramia

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN Elizabeth Arenas Reyes

SERVICIOS DE MENSAJERÍA Dinsides Courier

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

🐦 @stakeholdersRS 📸 @stakeholderssostenibilidad

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

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

EDITORIAL

Los avances en inclusión financiera en el país son resaltantes. No obstante, abordar este tema nos exige hacerlo desde diversas perspectivas que, en definitiva, dan cuenta de que aún hay retos pendientes. Entre ellos, el cierre de brechas entre las zonas rural y urbana, y el aumento del uso del sistema financiero, los cuales exigen tanto el despliegue de políticas públicas como del sector privado. La educación financiera aquí es clave entre las acciones.

Nuestra segunda edición de este 2024 tiene por tema la inclusión financiera desde diversos puntos de vista gracias a nuestros columnistas y entrevistados. Desde su rol frente a la responsabilidad ambiental hasta el impulso al crecimiento económico, es evidente que es -debe ser- transversal su desarrollo. En ese sentido, la innovación y tecnologías son clave, y en algunos artículos hacemos una aproximación a su capacidad de insertar a más peruanos en el sistema financiero. El *open banking* y la incursión de las fintech pueden ser un ejemplo claro aquí.

Por otro lado, para hablar precisamente de una educación comprometida con la sostenibilidad, Armando Casis, director de Sostenibilidad en la Universidad ESAN, nos acompaña en la Entrevista Central. Contamos también con una sección dedicada al turismo sostenible, un enfoque que evoluciona hacia ser regenerativo. Desde el compromiso sostenible empresarial, presentamos a algunas compañías que fueron incluidas entre las 100 empresas del Ranking Merco Responsabilidad ESG 2023.

El agradecimiento a cada uno de nuestros columnistas, especialistas, entrevistados, lectores, y a todos los que deciden convertirse en agentes de cambio, comenzando por informarse y tomar decisiones que contribuyan a que el Perú sea un país más sostenible.

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

EXPOMINA: ¡El evento minero más grande e importante del Perú en el 2024, con más de 16 años de trayectoria!

Más de **1270 STANDS**

Haz negocios con el sector **Minero** del Perú y América

EXPO MINA PERÚ 2024
11, 12 y 13 de setiembre
Centro de Exposiciones Jockey

Portafolio de proyectos mineros del Perú por **US\$ 53,715 millones**

Peru mining projects portfolio is US\$ 53,715 billion

¡Invierte bien, invierte con los líderes!



Portafolio de proyectos mineros en América por **US\$ 450,000 millones**



BICENTENARIO DEL PERÚ
2021 - 2024



En simultáneo / *Simultaneously:*

10 FOROS INTERNACIONALES
International Forums

Conferencia Magistral:
ANDRÉS OPPENHEIMER
El Horizonte de la Minería en Las Américas
The Horizon of Mining in the Americas

<p>Foro Líderes para la Minería del Futuro <i>Leaders for the Mining of the Future Forum</i></p>	<p>Foro Clima de Inversión, Mercado y Precios <i>Investment Climate, Markets and Prices Forum</i></p>	<p>Foro Políticas Públicas en Minería 2025 - 2026 <i>Mining Public Policies 2025 - 2026 Forum</i></p>	<p>Foro Innovación, Tecnología & Digitalización en Minería <i>Innovation, Technology & Digitalization in Mining Forum</i></p>	<p>Foro Desarrollo Social y Ambiental <i>Social and Environmental Development Forum</i></p>
<p>Foro Gerenciamiento de Proyectos <i>Projects Management Forum</i></p>	<p>Foro Legal <i>Legal Forum</i></p>	<p>Foro Educación e Innovación <i>Education and Innovation Forum</i></p>	<p>Foro Empresarios y Empresa <i>Entrepreneurs and Company Forum</i></p>	<p>País Aliado <i>Alied Country Forum</i></p>

El principal encuentro empresarial minero del Perú | The first mining business meeting in Peru

Auspiciador Platino / Platinum Sponsor: **SERVOSA** | Auspiciador Oro / Gold Sponsor: **AngloAmerican** | Auspiciador Plata / Silver Sponsor: **GOLD FIELDS** | **INTERMINA**

Auspiciador Cobre / Copper Sponsor: **ANTANILLA** | **aggreko** | **BENAVENTURA** | **Cerro Verde** | **CONFIPETROL** | **INCIMMET** | **SIY** | **TECHINT** Ingeniería y Construcción | **Zafranal**

País minero invitado / Invited Mining Country: **USA** | Única feria certificada por el Departamento Comercial de USA / Unique fair certified by the US Commercial Department: **US COMMERCIAL SERVICE** | Empresa de reclutamiento aliada / Recruitment company: **KSRGLOBAL** | Promueve: **PERU** | **Ministerio de Energía y Minas** | Sede: **JOCKEY CLUB DEL PERÚ** | **Centro de Exposiciones Jockey**

Cámaras y Pabellones Internacionales / Chambers and International Pavilions: **AMCHAM** | **CÁMARA DE COMERCIO SARGAS PERÚ** | **AHK** | **Cámara de Comercio Peruano-Chilena** | **KALLIMAN** | **ProChile** | Empresa de decoración e implementación de stand: **SPYZE** | Radio y televisión oficial: **PBO** | Revista oficial: **PUNTO MINERO** | **America Mining**

TENDENCIAS ECONÓMICAS Y ECOLÓGICAS ALARMANTES



BERNARDO KLIKSBERG

Asesor de diversos organismos internacionales. Autor de 69 obras traducidas a múltiples idiomas, entre ellas "Retos éticos de la postpandemia" (Disponible en Amazon). kliksberg@aol.com

Perspectiva global

El Banco Mundial ha lanzado su perspectiva anual sobre la economía mundial. Los datos informados abren múltiples preocupaciones. Entre ellos:

- El desempeño económico del último quinquenio ha sido el peor de las últimas tres décadas.
- La economía universal cayó por tercer año consecutivo.
- En el 2023, el producto bruto mundial creció solo 2,6 %, pero en el 2024 se estima que será más bajo aún, 2,4 %.
- Los 20 países de la Eurozona solo crecerán 0,7 % el 2024 y 1,6 % el 2025.
- El 40 % de los países de renta baja son más pobres que antes de la pandemia.
- En la década 2010/2020 se registró un crecimiento promedio del 3,1 %. En la década iniciada en el 2020 la cifra descendió y se dieron entre otras la crisis pandémica, la crisis energética y la crisis alimentaria.
- La primera economía del mundo, Estados Unidos, trató de bajar la tasa inflacionaria sin generar recesión. Aplicó altas tasas de interés, pero al mismo tiempo políticas públicas estimulantes y apoyos de todo orden a la inversión privada. Alcanzó dichos objetivos. La economía creció significativamente en el 2023.

Catástrofes ecológicas

En la Conferencia Mundial sobre el Clima de París, 2015, se fijó que la tasa de calentamiento global no debía superar el 1,5 % respecto a la de 1850. El Observatorio Copérnico de la Unión Europea calcula que el promedio mundial sigue su suba acelerada por el ascenso de los gases invernadero y el

2023 fue el año más caluroso de la historia, llegando la tasa de incremento al 1,4 %.

Las emisiones de dióxido de carbono generadas por el petróleo, el carbón y los gases naturales, subieron a 25 mil millones de toneladas en el 2020, y a 37 mil millones de toneladas en el 2022, el máximo de todos los tiempos.

El alto panel mundial de monitoreo climático de la ONU advierte que se están produciendo impactos catastróficos como enormes deshielos en Groenlandia, el Ártico y la Antártida, aumentos en el nivel de los mares y océanos, extinciones generalizadas de biósfera, interrupciones críticas de los sistemas mundiales de alimentación y agua.

Ha habido desastres naturales de gran envergadura. China, Estados Unidos y la India representan más del 50 % de las emisiones sucias. Los países en desarrollo solo una proporción mínima, pero son los más desprotegidos y quienes sufren los mayores impactos.

La presión por alivio de la deuda

Aumentan los pedidos a la banca internacional para que alivie a los países altamente endeudados, que no tienen posibilidades de mitigar la crisis climática con medidas que reduzcan los servicios que deben pagar a dicha banca. Se prevé que, si condonan parte de la deuda de los 64 países en mayores dificultades del mundo, entre los que se hayan economías medias como Egipto, Pakistán, y Nigeria, les darán un piso fiscal para mejorar su ecología.

Son cifras al alcance de la banca de desarrollo. Tendrán asimismo efectos en que bajen sus acreencias las empresas privadas, y se cancele la deuda binacional. Se señala como lo ha hecho el Papa Francisco, que operaciones de este tipo están en los objetivos mismos de la banca multinacional que tiene entre sus prioridades rescatar cuanto antes los desequilibrios ecológicos y combatir la pobreza.

América Latina

América Latina es una de las zonas más ricas en recursos naturales del planeta, pero la más desigual. Es posible alcanzar progresos considerables si enfrenta las disparidades, cuida su ecología, y emplea inteligentemente sus ingentes potenciales de litio, cobre, aguas limpias, energías renovables, capacidades agrícolas e industriales. Alianzas estratégicas entre políticas públicas eficientes, empresas privadas con responsabilidad social y sociedades civiles movilizadas pueden lograrlo..

TODOS QUIEREN VOLVER A DESCUBRIR EL FUEGO



HANS ROTHGIESSER
Miembro del Consejo Consultivo *Stakeholders*

En el Perú nos encanta descubrir la pólvora o presentar algo que no era nada nuevo como un sorprendente avance del conocimiento humano. En ese sentido, la discusión alrededor de la obligatoriedad del ahorro previsional siempre lleva a exponer la baja cultura financiera que existe en este país. Se habla de que las AFP pierden nuestro dinero y que uno seguramente podría ganarle en rendimiento a estas administradoras privadas de pensiones si es que nos dejaran a todos nosotros la decisión de aportar a una o invertirlo por nuestra cuenta.

Por supuesto de que en el mismo momento en el que se argumenta que las AFP están perdiendo nuestro dinero ya están demostrando que no tienen cultura financiera y que están menos aptos para administrar su propio dinero de lo que creen. Y es que las AFP no están perdiendo nuestro dinero. Eso es un rollo mediático que cala en los que no saben cómo funciona realmente el sistema, porque es repetido y repetido. Sí, por supuesto que por momentos el valor de los fondos baja, pero siempre tienden a recuperarse. De hecho, el periodo de la pandemia, que tanto les preocupa a los enemigos de las AFP, vio el valor de estos fondos crecer a los pocos meses. No obstante, la ilusión de que los fondos habían caído se mantuvo.

El asunto de los fondos de pensiones bien podría haber sido una oportunidad para promover más inclusión financiera impartiendo mayor cultura financiera

en un intento por explicar qué son realmente las AFP y cómo funcionan. No obstante, se dejó pasar el tren. Las AFP por alguna razón han tomado la decisión de mantener un manejo financiero impecable de nuestros fondos, pero con un manejo comunicacional propio de un banco de la época victoriana. Por supuesto que la mayoría de la población cree que las AFP roban nuestro dinero, si es que los que se les oponen usan estrategias modernas para desprestigiarlas y las AFP están usando tecnología de la preguerra para defenderse. Es como que quieran que las odien, por alguna razón.

Por su lado, la entidad del Estado que regula a las AFP, que además es la encargada de difundir a la población cómo es que funcionan, la SBS, abandonó esa función hace mucho. En ese sentido, no debe sorprender que el otro bando, el que no tiene ningún problema en mentir y difamar y desinformar, haya sido el que domine esta discusión en la opinión pública, con los resultados que ya conocemos.

Algunos bancos en los últimos dos años han redescubierto la importancia de invertir en educación financiera y han lanzado programas que son en realidad guías de uso de sus productos: cómo usar la tarjeta de crédito, cómo evitar sobreendeudarte, etc. Eso no es educación financiera. Eso es publicidad disimulada de sus propios servicios. ¿Saben qué sí sería educación financiera de verdad, que de verdad aporta al desarrollo del país y no solo una línea para decir que se hizo algo y así quedar bien con el oficial de relaciones públicas, que es el que en verdad está tomando las decisiones?

Pues, comprarse el pleito. Tener un escuadrón de comunicadores explicando lo que realmente son las AFP cada vez que un líder de opinión malicioso desinforma al respecto. Apoyar a los que ya lo están haciendo, dando una lucha en desventaja. Si ustedes no toman el liderazgo de esa batalla, nadie lo va a hacer. No hace falta que redescubran la pólvora. Educación financiera se viene haciendo en el Perú desde hace un par de décadas, con excelentes resultados. Y comunicación frontal contra los que desinforman antes también lo hacíamos. ¿Por qué se abandonó? No lo tengo claro. Lo que sí tengo claro es que, si no lo retomamos, ningún programita de educación financiera va a servir para nada..

LA DESINFORMACIÓN Y MALINFORMACIÓN ES EL PRIMER RIESGO GLOBAL



JORGE MELO VEGA CASTRO
Presidente de Responde

■ Sin precedentes y priorizado como riesgo número uno, es la desinformación o malinformación, la que han definido los 1500 expertos convocados por el World Economic Forum -WEF como el principal riesgo global para los próximos dos años. En este caso se trata sobre la capacidad de análisis de la propia población para poder identificar la información que consumen y así poder tomar decisiones cotidianas y también las trascendentes. La desinformación o mala información, el *fake news*, ha terminado generando un terrible impacto en la sociedad, agravado por las tecnologías: *deepfake* o ultrafalso que es la modificación de los contenidos en el mundo digital.

Los beneficios de las vacunas, la presencia del cambio climático y su impacto en la pesca, agricultura y desastres naturales, la situación migratoria, los conflictos armados, entre otras problemáticas vigentes, son desnaturalizadas por posiciones negacionistas o con claro sesgo ideológico que fomentan el odio. Todos esos contenidos tergiversados son expuestos como verdades absolutas, pasando a ser difundidos en medios y viralizado en redes sociales para enseñar situaciones que no se condicen con la realidad. Esta vulnerabilidad social ante la desinformación pone al mundo en una situación de absoluta fragilidad, ya que es incompatible la institucionalidad democrática con ciudadanos que no pueden acceder a la información veraz.

Este 2024 es particularmente sensible debido a que más de 4000 millones de personas en más de 70 países, que equivalen a más del 50 % de los electores globales, irán a las urnas para elegir a sus autoridades. Entre ellos, ciudadanos de EE. UU., Rusia, Taiwán, México, Indonesia, Paquistán, Venezuela y la propia Unión Europea, decidirán los destinos de sus respectivos países, en procesos en los que, sobre todo, las personas de menor formación educativa tomarán posición frente a propuestas que no los beneficiarán y, más bien, serán convertidos en enemigos de esa democracia *fake*.

Lo vemos actualmente en los EE. UU. con sus elecciones primarias y la actitud de millones de ciudadanos convencidos de que el asalto al Capitolio, arengados por Trump, fueron actos legítimos y que él debiera estar en la Casa Blanca. Igual ocurre en Rusia donde no hay libertad de comunicación (no solo de prensa) y la mayoría de los ciudadanos están convencidos de la “operación militar especial” como denomina Putin a esta abominable guerra en la que han muerto decenas de miles de rusos. Así, entonces, el héroe Putin ganará las elecciones holgadamente, ya que como en Venezuela sus críticos van presos.

En el Perú no tenemos elecciones hasta el 2026, pero el fenómeno de la mala información se nos presenta de múltiples formas. Un ejemplo es el caso del reciente conflictos en Cusco sobre la emisión de los boletos para ingresar a Machu Picchu. No es un caso menor ya que es la principal fuente de ingresos por turismo para el Perú, Cusco y los pobladores del pueblo de Machu Picchu. Intereses en contra de la transparencia y de una mejor gestión del monumento boicotean el sistema de venta de entradas por Internet, el modelo más y mejor empleado en el mundo, para insistir en un sistema obsoleto y mafioso que es la venta presencial. Si bien la licitación para el proveedor del servicio fue poco transparente, eso no justificaba movilizar a la población, realizar paro, bloquear las vías, secuestrar turistas y reivindicar causas en perjuicio de toda la sociedad y el futuro del turismo. Se cuestionó una medida política para beneficiar causas corruptas y al final siempre será complicado revertir el convencimiento de una decisión personal que proviene de una mala información...

La alegría de volver

#CaminemosDeVueltaAlCole



Hush Puppies



Tus compras de calzado escolar ayudan a que niñas y niños de bajos recursos pero con mucho talento sean becados con educación de excelencia.

INCLUSIÓN FINANCIERA PARA EL CUIDADO AMBIENTAL



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

La inclusión financiera, entendida como el acceso equitativo a servicios financieros, no solo impulsa el desarrollo económico, sino que también emerge como una herramienta poderosa para fomentar prácticas ambientales sostenibles. Este impacto es más significativo en áreas rurales, donde los productores, en su mayoría, carecen de acceso a servicios financieros tradicionales, limitando así su capacidad de contribuir al cuidado ambiental.

La inclusión financiera puede impulsar la adopción de prácticas agrícolas sostenibles al proporcionar a los productores rurales acceso a créditos para la implementación de tecnologías ecoamigables, como sistemas de riego eficientes, métodos de cultivo orgánicos y energías renovables. En Perú se han logrado avances notables en inclusión financiera, pero estos se han concentrado en áreas urbanas. Por ejemplo, el avance de plataformas tecnológicas ha facilitado la creación de productos financieros innovadores y con mayor acceso a través de teléfonos celulares o agentes corresponsales. Sin embargo, las zonas rurales enfrentan desafíos significativos en términos de acceso a servicios financieros, y más aún en lo que respecta al uso de créditos para prácticas sostenibles. Por ello, es crucial abordar esta brecha para promover un desarrollo equitativo en todo el país.

La orientación de los créditos para el cuidado ambiental es una oportunidad para abordar el tema fundamental

de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), que tienen un impacto considerable en el bienestar de nuestra biodiversidad y ecosistemas naturales. En Perú, se ha identificado que el uso del suelo, el cambio de uso del suelo y la silvicultura son responsables de aproximadamente el 51 % de nuestras emisiones. Esta situación se agrava con la expansión de actividades agrícolas en los bosques, que contribuyen significativamente, por lo que es necesario adoptar medidas concretas para reducir emisiones y cumplir con los objetivos de emisiones de GEI del Perú. Dado que se estima que la agricultura en pequeña escala representa el 70 % del valor de la producción agrícola del país, su transformación es esencial para enfrentar este problema de manera efectiva. Es crucial fortalecer los sistemas financieros rurales y promover el acceso a créditos que permitan a los agricultores invertir en prácticas más sostenibles y de adaptación al cambio climático. Esto no solo beneficiaría al medio ambiente, sino que también mejoraría la resiliencia y el bienestar de las comunidades rurales en general.

Para lograr este proceso, es crucial destacar la importancia de la coordinación de información y esfuerzos entre entidades públicas y privadas, respaldada por un sólido marco regulatorio. La colaboración entre organismos gubernamentales, instituciones financieras y empresas privadas es esencial para el éxito de estas iniciativas. La creación de un marco regulatorio claro y la facilitación del flujo de información entre actores garantizan un entorno propicio para el desarrollo de soluciones financieras que beneficien tanto a la población como al medio ambiente. Asimismo, un enfoque colaborativo en el monitoreo y control de prácticas ambientales puede optimizar su eficacia. La coordinación entre entidades públicas, privadas y comunidades locales permite una supervisión más efectiva del uso de los recursos financieros, asegurando el cumplimiento de estándares ambientales y la sostenibilidad de las actividades productivas.

En resumen, la inclusión financiera no solo tiene el potencial de mejorar la accesibilidad a servicios financieros en zonas rurales, sino que también puede catalizar la adopción de prácticas responsables con el medio ambiente. La coordinación entre entidades públicas y privadas, junto con un marco regulatorio sólido, permitirán garantizar el éxito de estas iniciativas, que a su vez contribuyen al desarrollo ambiental sostenible. ●●

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

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

EXPO COBRE 2024

II Conferencia del Cobre
y Feria Minera Mundial

Actividades en Simultáneo:

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

Proyecciones 2024:

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

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

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

www.expocobre.com

ORGANIZA:



ALIADOS INSTITUCIONALES:



PRIMEROS EXHIBIDORES:



MEDIOS ALIADOS:



Más información +51 934 805 393 / +51 987 975 959 |
De stands y auspicios: info@expocobre.com / diana.sierra@expocobre.com

INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL 2024: ¿SE ACORTARÁ LA BRECHA?



JULIO QUISPE
Director de la carrera de Administración y Finanzas de la Universidad ESAN

Según el Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financieros, de Seguros y de Pensiones, publicado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), a junio del 2023 el porcentaje de adultos con crédito en el sistema financiero fue del 35.1 %, ligeramente superior a junio del 2018 que era de 33 %. Por otro lado, en el mismo estudio se puede encontrar que el porcentaje de tarjetahabientes a nivel nacional se ha mantenido en los últimos 5 años, siendo el 15% de la población adulta.

Si nos detenemos a analizar estos números, en las distintas regiones del país, se puede focalizar los lugares en los que se debe trabajar más para incrementar la inclusión financiera. Por ejemplo, en Huancavelica solo el 0.4 % de la población adulta tiene tarjeta de crédito; a diferencia de Lima, donde el 33 % de la población tiene este medio de pago. Asimismo, los adultos de las regiones costeras tienen mayor porcentaje de tarjetahabientes que los de la zona de la sierra y la selva.

Adicionalmente, en el estudio de Credicorp, denominado Índice de Inclusión Financiera en Latinoamérica 2023, efectuado para ocho países de Latinoamérica (incluido el Perú), se observa una mejora del índice inclusión financiera del año 2023 respecto al anterior (llegando a 45,5 respecto al 44,2 del 2022). Este índice contiene tres di-

mensiones: acceso, uso y calidad percibida. La dimensión de acceso disminuyó el año 2023 respecto al 2022 (de 45,4 disminuyó a 45,1); mientras que las otras dos dimensiones se incrementaron ligeramente. Entre los ocho países evaluados en el estudio (Argentina, Chile, Panamá, Ecuador, Colombia, México, Bolivia y Perú), el índice de inclusión financiera de Perú se encuentra en el sexto lugar con 43,4; por encima de México (41,7) y Bolivia (40,4).

Para el Perú, el índice de inclusión financiera presentó un ligero incremento respecto al año 2022 (39,8), llegando a 43,4 en el año 2023. En esa línea, el estudio concluye que en nuestro país dos de cada cinco ciudadanos tienen un bajo nivel de inclusión financiera y solo uno de cada cinco habitantes ha alcanzado la inclusión financiera. Estos datos se correlacionan con la información de que en el Perú el medio de pago más utilizado para productos y servicios es el efectivo, mostrándose también que solo el 17 % utiliza la tarjeta de débito como medio de pago.

Los números descritos nos muestran que existe mucho trabajo por desarrollar para lograr la verdadera inclusión financiera en nuestro país. Para ello, el uso de la tecnología digital a través de productos financieros digitales debería acelerar la inclusión financiera en el Perú. Esto se desprende del artículo publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en diciembre último, en el que se subraya que en nuestra región uno de cada cuatro adultos no tiene una cuenta bancaria. Asimismo, se pone en evidencia la importancia de la inclusión financiera, no solo para los ciudadanos, sino también para las micro y pequeñas empresas.

Finalmente, estos datos hacen notorio que aún existen ciudadanos, micro y pequeñas empresas excluidas del sistema financiero. La importancia de la inclusión financiera, definida por la SBS, se centra en que contribuye al desarrollo económico y al bienestar de la población, favoreciendo la estabilidad financiera y la reducción de la informalidad. Por ello, el Estado debe enfocar las políticas de acción para incrementar la inclusión financiera en el país, principalmente, en las ciudades más alejadas de la costa. ..

¿LA INCLUSIÓN FINANCIERA ES SUFICIENTE PARA GENERAR CRECIMIENTO ECONÓMICO?



PABLO ARANA BARBIER
Profesor e investigador de Centrum
PUCP Business School

La inclusión financiera, de acuerdo al Banco Mundial (2024), representa la disponibilidad de productos y servicios financieros para las personas y empresas en una economía. Suele surgir la duda de si la inclusión financiera está asociada al crecimiento económico, pero lo cierto es que esa duda ya fue resuelta. Los autores Chavriya, Sharma y Mahendru (2023), en su artículo científico “La inclusión financiera como herramienta para el crecimiento macroeconómico sostenible: un análisis integrativo”, plantearon que la inclusión financiera es fundamental para el crecimiento de las economías a nivel mundial de acuerdo a los siguientes siete ejes: (a) finanzas digitales, (b) tecnologías financieras, (c) alcance financiero, (d) educación financiera, (e) acceso demográfico a las finanzas, (f) microfinanzas y (g) estabilidad financiera. Además, el Banco Mundial (2024) considera que 7 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas están directamente asociados al logro de la inclusión financiera a nivel mundial. Si la relación entre la inclusión financiera y el crecimiento económico ya se encuentra establecida, ¿por qué el Perú no puede aprovechar esto?

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023), durante el primer trimestre del 2023 el 57.4 % de la población peruana poseía al menos una cuenta en el sistema financiero, 62.1 % en el área urbana y 35.6% en el área rural. Además, dicho avance se presenta de forma sostenida respecto a períodos anteriores, lo que evidencia un avance de la inclusión financiera, y que se va logrando gracias a diferentes iniciativas financieras, tanto de bancos,

financieras, cajas municipales, entre otras instituciones. Ello se asocia principalmente a los cinco primeros ejes de la inclusión financiera (Chavriya et al., 2023) por medio de una mayor cobertura a nivel nacional de agencias físicas, medios digitales como Yape o Plin, links de pago para tarjetas de débito y crédito, campañas de educación financiera, sobre todo de cara al fraude financiero digital, entre otras iniciativas. ¿Qué falta?

Por desgracia, los ejes de microfinanzas y estabilidad financiera (Chavriya et al., 2023) no se encuentran desarrollados de la forma en que el Perú necesita, principalmente por culpa de la informalidad, la inestabilidad política y la corrupción. Por un lado, las microfinanzas no prosperan por el alto nivel de informalidad en la economía peruana. Dado que las personas y microempresas que solicitan créditos a microfinancieras son actores extremadamente vulnerables a los golpes económicos producto de la informalidad que las rodea, al más mínimo impacto a su flujo de caja, automáticamente incurren en morosidad masivamente, obligando a la microfinanciera a cerrar por insolvencia.

Por otro lado, la inestabilidad política no permite que inversionistas, grandes y pequeños, deseen exponer su capital, ya que si invierten recursos, y luego no logran vender sus productos o servicios por culpa de huelgas u otros factores políticos y sociales, perderán lo invertido. Finalmente, la corrupción influye también sobre la informalidad y la inestabilidad política, agravándolas. Por desgracia, estamos lejos de resolver la informalidad, la inestabilidad política, y más aún la corrupción, y por ende, continuamos sin explotar el potencial que tiene la inclusión financiera de acelerar el crecimiento económico en el país. ..

Referencias

Banco Mundial. (2024). Inclusión financiera. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>

Chavriya, S., Sharma, G.D., Mahendru, M. (2023). Financial inclusion as a tool for sustainable macroeconomic growth: An integrative analysis. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 2023. <https://doi-org.ezproxy-bib.pucp.edu.pe/10.1111/apce.12427>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). El 57.4% de la población tiene una cuenta en el sistema financiero en el primer trimestre del año 2023. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/780703-el-57-4-de-la-poblacion-tiene-una-cuenta-en-el-sistema-financiero-en-el-primer-trimestre-del-ano-2023#>

¿QUÉ RETOS PERSISTEN PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL PERÚ?

A pesar del avance en acceso y calidad del sistema financiero, la frecuencia en el uso de los productos y servicios es un desafío latente en el país.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

El porcentaje de peruanos y peruanas que tienen oportunidad de acceder a un sistema financiero formal ha aumentado en los últimos años en el Perú. Así lo demuestran estudios realizados como el Índice de Inclusión Financiera (IIF) de Credicorp. Sin embargo, persisten en el país retos vinculados al uso que hace la población de este sistema, que conlleva a abordar los niveles de desconfianza y la informalidad entre los obstáculos.

Para Gonzalo Manrique, economista sénior del Instituto Peruano de Economía (IPE), el país ha mejorado en términos de inclusión financiera, sobre todo considerando el *boom* de las billeteras digitales. De acuerdo a la tercera Encuesta Nacional de Capacidades Financieras, el 54 % de las personas que ahorran dejan dinero en billeteras digitales como Yape, Plin o Bim.

“Gran parte de peruanos las usan para realizar transacciones en establecimientos y en provincias. Considero que han tenido un impacto muy significativo sobre la inclusión financiera, especialmente en este último año”, señala Manrique.

La fácil usabilidad de estas aplicaciones representa también la apertura a otras operaciones financieras. El especialista señala que el mayor uso de billeteras digitales hace posible que se opte por una cuenta bancaria, lo que facilita y aproxima a acceder a otros productos y servicios financieros.



Gonzalo Manrique
Economista sénior del Instituto
Peruano de Economía (IPE)



Pedro Grados Smith
Director de la Escuela de Posgrado
de la Universidad de Lima

No obstante, y a pesar de lo que podría ser un buen panorama, en el Perú queda un largo camino en inclusión financiera. En comparación con otros países, existe una tarea pendiente, específicamente, a nivel de uso de estos productos y servicios. Según el IIF, el país está en penúltimo lugar en cuanto al indicador

de uso de un total de 8 países. Solo supera a Bolivia.

“Hay una mejora importante, pero como país aún presentamos algunas brechas con respecto a otros países de la región. Chile nos lleva la delantera en términos de personas que tienen cuenta en el sistema financiero; en cuanto a porcentaje de quienes acceden a créditos”, explica Gonzalo Manrique.

Los desafíos pendientes

Pedro Grados Smith, director de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima, comparte la expectativa de una mejora en inclusión financiera en el Perú tomando en cuenta el puntaje promedio del IIF últimamente, aunque también reafirma que los desafíos en el tema son enormes. Hace hincapié en las brechas entre las zonas urbana y rural.

“Al considerar las dimensiones de acceso, uso y calidad percibida, la diferencia es significativa entre Lima y el resto del Perú. Las zonas rurales requieren de un trabajo focalizado debido a factores vinculados con la pobreza, así como en términos de acceso al sistema financiero. En base a lo expuesto, los principales desafíos son el de acceso a servicios financieros que debe ir de la mano con una mejora de la educación financiera”, argumenta.

No se puede hablar de inclusión financiera sin conectividad. Por ello, en términos de acceso, prosigue Pe-

dro Grados, se debe mejorar la conexión a Internet en todo el Perú para el uso de plataformas virtuales, y así generar la participación de los habitantes rurales en el sistema.

“En términos de uso, tanto por el lado del activo como del pasivo de las instituciones financieras, se debe mejorar la educación financiera a todo nivel, empezando por los colegios. El tema de calidad deberá de ser monitoreado por la SBS”, afirma.

A nivel de uso, es sustancial abordar el nivel de confianza que existe por parte de la población. Gonzalo Manrique indica que muchas personas aún no confían en los bancos para canalizar o ahorrar su dinero. Menciona que datos de años anteriores mostraban que un gran porcentaje de desconfianza hacia las instituciones financieras provenían de los niveles socioeconómicos D y E.

“Es un gran reto superar la desconfianza en el sistema financiero”, dice.

Otra explicación al porqué existe un bajo uso de productos financieros, radicaría en que muchas personas no tienen los ingresos suficientes para ahorrar. Al respecto, un último informe del INEI detalla que más del 87 % de peruanos expresaron no acceder al sistema financiero por no contar con un excedente en sus ingresos mensuales.

“Sin capacidad para ahorrar, no tienes interés por buscar una institución financiera o un crédito. Ahí estarían los principales retos desde el lado de la demanda”, puntualiza el economista del IPE.

Informalidad, una tara para la inclusión financiera

El estudio titulado *El mercado de créditos informales en el Perú* pone de manifiesto un problema que obstaculiza en demasía la inclusión financiera: la informalidad. Con una tasa de más del 70 % en el mercado, Perú es uno de los países de la región donde la informa-

lidad es un grave problema.

El experto de IPE señala que, de acuerdo a los hallazgos de esta investigación, se calculó que cerca de 580 mil familias peruanas (8 % de hogares urbanos) habían accedido a un crédito informal.

“Nos damos cuenta también, en este sector informal, que las personas no se fijan tanto en las tasas de interés y las condiciones. Lo que más les importa es la velocidad y el hecho de que no les piden requisitos”, remarca.

En perspectiva, el estudio revela que

El crecimiento del PBI es una condición necesaria, pero no suficiente para mejorar las condiciones de vida de la población de cualquier país.

son los hogares con menos recursos económicos los que optan por préstamos informales para el pago de deudas, la inversión en negocios y los gastos de subsistencia. Se identificó, además, que el 22 % de estos créditos eran bajo la modalidad “gota a gota” (frecuencia de pago diario). Sin ser la última desventaja, casi la mitad paga una tasa de interés anualizada de 500 % a más.

“Hacia eso hay que apuntar, facilitar la velocidad con la que un banco puede brindar préstamos formales. Encontramos también que una de las razones de este escenario está asociado a normativas que pueden parecer buenas en el papel, pero en realidad son contraproducentes. Por ejemplo, establecer un tope a la tasa de interés”, subraya Manrique.

Con educación

Combatir esta desconfianza e informalidad desde la demanda requiere una educación financiera, claramente. En ese sentido, Pedro Grados

ve como importante que en 2023 se haya aprobado la Ley 31900 que incorpora contenidos sobre educación financiera, tributaria, entre otros, al currículo nacional de la educación básica.

“Es un paso adelante para el logro de un país más integrado y sin pobreza”, comenta.

Y es que la inclusión financiera debe ser entendida de manera transversal al crecimiento y desarrollo económico de un país. Gonzalo Manrique indica que un sector financiero efi-

ciente permite que el dinero circule entre varios actores del sistema financiero de una forma rápida.

“Entonces, lograr una mayor inclusión financiera, va a contribuir a que el Perú comience a crecer mucho más rápido. El problema del crecimiento actualmente es que estamos en un contexto de crisis política y de fenómenos como El Niño”, arguye.

El director de la Universidad de Lima indica que muchos estudios demuestran que el principal factor que contribuye con la reducción de la pobreza es el crecimiento económico. Por consiguiente, la inclusión financiera es un elemento crucial.

“El crecimiento del PBI es una condición necesaria, pero no suficiente para mejorar las condiciones de vida de la población de cualquier país. Por lo expuesto, se requiere de otros factores adicionales al crecimiento y uno de ellos es precisamente la inclusión financiera”, finaliza..

“UNO DE LOS AVANCES MÁS IMPORTANTES HA SIDO EL DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LAS BILLETAS DIGITALES”

Miguel Vargas Ascenzo, gerente general de la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc), señala también que casi la mitad de adultos en el Perú usan las billeteras digitales, lo que ha permitido aumentar la participación de más peruanos en el sistema financiero del país.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

¿Qué perspectiva tienen desde la asociación acerca de la importancia de la inclusión financiera como mecanismo de progreso?

La inclusión financiera es un mecanismo fundamental de progreso, ya que no solo permite el acceso a servicios financieros esenciales como ahorros, créditos y seguros, sino que también impulsa el cumplimiento de metas personales, el crecimiento empresarial y la reducción de la pobreza.

¿También se articula con la búsqueda del desarrollo sostenible en el planeta?

Según el Banco Mundial, la inclusión financiera ha sido identificada como un facilitador para alcanzar múltiples Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Asociación de Bancos promueve la inclusión financiera, así como el uso de tecnologías digitales para ampliar el acceso a servicios financieros de manera eficiente y sostenible.

Durante el 2023, ¿cuál ha sido el avance más importante que se ha dado en términos de inclusión financiera?

Uno de los avances en inclusión financiera más importantes de los últimos años ha sido el desarrollo y promoción de las billeteras digitales: alrededor de la mitad de los adultos usan billeteras digitales, lo que lleva las tasas de bancarización a alrededor de 65 %. Gracias al uso de billeteras, al esfuerzo de los bancos y al BCR se logró la interoperabilidad entre ellas, lo que generó que el número de transacciones haya crecido aproximadamente 140 % el último año.

Adicionalmente, los bancos han apostado por la educación financiera, ya que empodera a las personas con el conocimiento y las habilidades necesarias para utilizar de manera efectiva los servicios financieros disponibles.

Precisamente, desde el BCR se ha buscado la interoperabilidad entre entidades...

Nos parece que el BCR a través de su regulación ha acelerado el proceso de

interoperabilidad entre las entidades financieras, esto ha sido un hito importante para facilitar y masificar el uso de billeteras digitales.

Han llevado a cabo algunas iniciativas al respecto. ¿Cuál ha sido el impacto con el público?

A través del programa de Educación Financiera En Tu Cole, se han capacitado a más de 2500 maestros, los que han incluido conceptos de educación

Miguel Vargas Ascenzo
Gerente general de la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc)



financiera en sus cursos, beneficiando a más de 117 mil estudiantes. Al mismo tiempo, a través de la plataforma Finanzas al Toque, se han llevado conocimientos prácticos de educación financiera a más de 650 mil personas el año pasado.

¿Cuál es la dinámica de estos programas que favorece a la educación financiera de estudiantes y también del público en general?

Hemos desarrollado Finanzas Al Toque, una iniciativa potente con un mayor espectro. Me refiero a los cursos gratuitos de educación financiera de Finanzas Al Toque, cuyo objetivo es lograr el desarrollo de las capacidades financieras. Actualmente, son 7 cursos de corta duración (entre 30 y 60 minutos) dictados por expertos en educación financiera, quienes comparten sus conocimientos usando un lenguaje claro y sencillo. Todos estos cursos han sido diseñados para que las personas con discapacidad auditiva, física y visual también puedan beneficiarse de su contenido.

Justamente, se ha buscado la inclusión de personas con discapacidad visual,

EL DATO

Cerca de 83 millones de transacciones al mes se realizan mediante billeteras digitales, según el BCR.

por ejemplo. ¿A qué apunta este tipo de acciones?

El año pasado se firmó un convenio entre la Asociación de Bancos y CONADIS, el mismo que busca trazar una hoja de ruta con acciones concretas para que el sistema financiero sea más accesible para los peruanos. De esta forma, se lanzó una iniciativa para exonerar a las personas con discapacidad visual de la comisión por retiros en ventanilla, a la que se sumaron Interbank, Banco Ripley, Bancom (Banco de Comercio), Alfin Banco, Financiera Crediscotia, Financiera Confianza y Financiera Qapaq.

Por otro lado, ¿qué rol pueden tener los bancos desde su estrategia de negocio para poder acelerar que más personas se favorezcan del sistema financiero?

Los bancos apuestan por la inclusión financiera y buscan llegar cada vez a más personas. En este sentido, las billeteras no solo han servido como instrumento para que más personas se integren al sistema financiero, sino que también, a través de las billeteras, vayan accediendo a otros servicios.

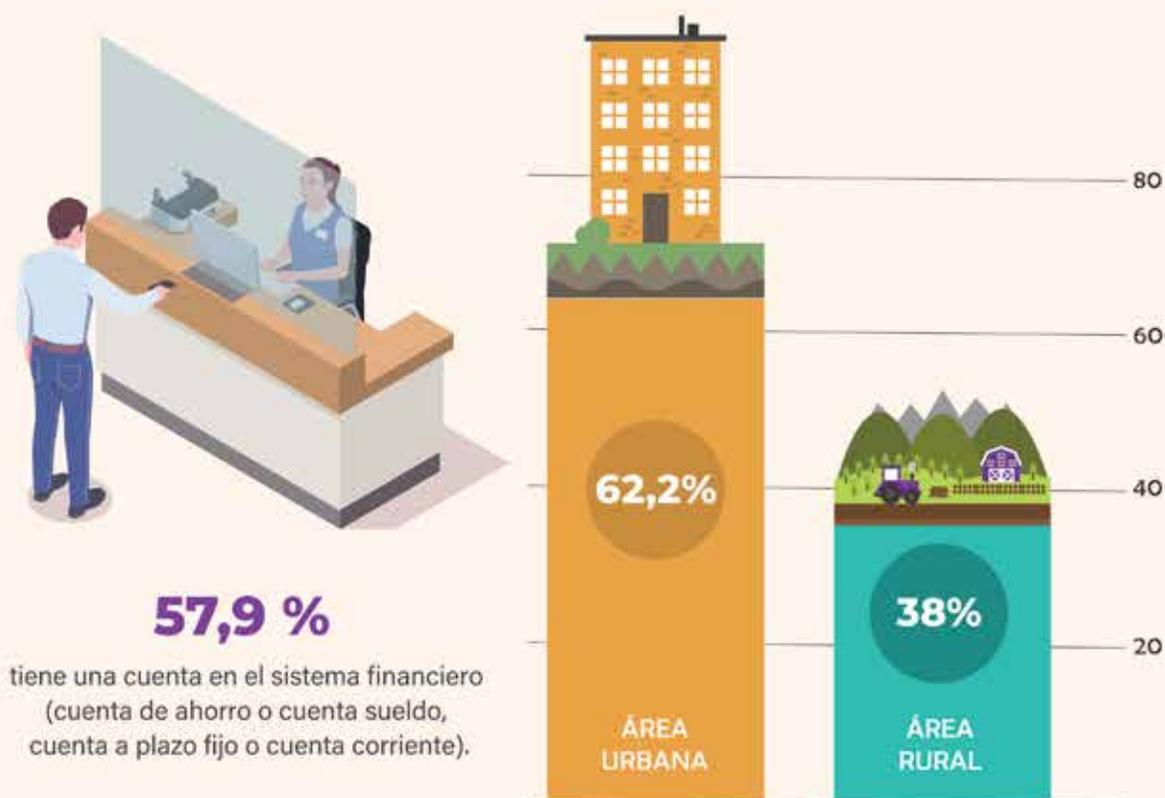
La educación es un reto constante. ¿Qué consideración tiene acerca de la aprobación de la ley que permite incorporar la educación financiera a la educación básica regular?

Consideramos que es un avance muy importante. La Asociación de Bancos del Perú ha trabajado mucho en difundir la educación financiera y nos alegra que haya un impulso también desde el sector público. Esperamos que, con el esfuerzo de todos, pronto todos los estudiantes tengan acceso a esta información vital para su desarrollo como personas. ..



PANORAMA DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL PERÚ

El último informe trimestral del INEI sobre condiciones de vida en el Perú (2023) revela indicadores de acceso y uso por parte de la población de 18 y más años de edad al sistema financiero del país. Algunos datos:



A pesar del crecimiento en comparación con el 2022 (54 %), la distribución de cuentas a lo largo del territorio demuestra una brecha entre las zonas urbana y rural.



87,4 %

no accede al sistema financiero porque no tiene suficientes ingresos.

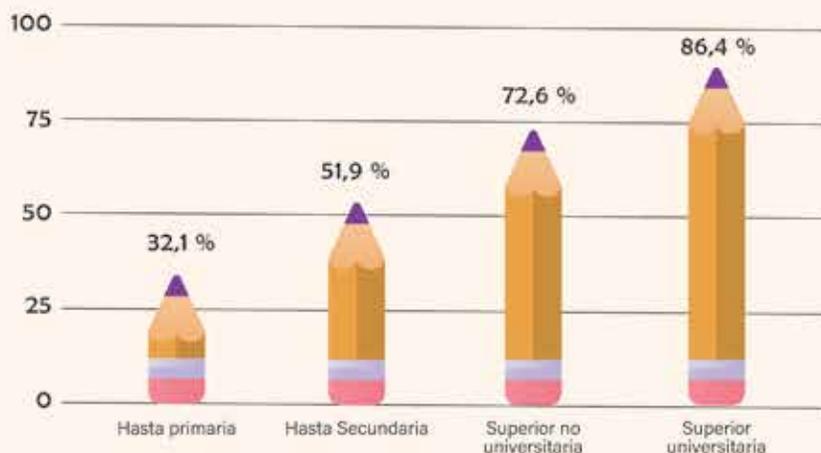
El 5,6 % señaló que también se debe a que no tiene confianza en las instituciones financieras y el 7 % por otros motivos.

23,9 %

ahorró, prestó o recibió préstamo de dinero fuera del sistema financiero.



Educación



- La mayor proporción de la población con alguna cuenta en el sistema financiero se presenta en aquella con nivel educativo superior universitaria.
- Entre otros indicadores, se observa que en el grupo de adultos de entre 30 a 44 años de edad existe un mayor porcentaje de tenencia de cuentas (63 %), ligeramente superior a la población de entre 18 a 29 años (62 %).



13 %

de la población cuenta con conocimientos, comportamientos y actitudes que favorecen su bienestar financiero, de acuerdo a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

Perú en la región

Según el Índice de Inclusión Financiera (IIF) de Credicorp, el Perú ocupó el sexto lugar entre los 8 países analizados en la región en un puntaje del 1 al 100.

Argentina	53,0
Chile	52,5
Panamá	52,0
Ecuador	49,6
Colombia	45,6
Perú	43,3
México	41,7
Bolivia	40,4



2 de cada **5** ciudadanos tiene un bajo nivel de educación financiera en el país, concluye el estudio.

Analizadas las variables Acceso, Calidad y Uso, en esta última el Perú muestra un bajo puntaje (25,9). Aquí más del 70 % indicó no ahorrar.

“LA BRECHA ENTRE EL ACCESO Y LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO EN PERÚ SE ESTÁ CERRANDO”

Douglas Randall, especialista principal en el sector financiero del Banco Mundial, conversa sobre los desafíos para el Perú en inclusión financiera, y su lugar en la región en cuanto a su avance.

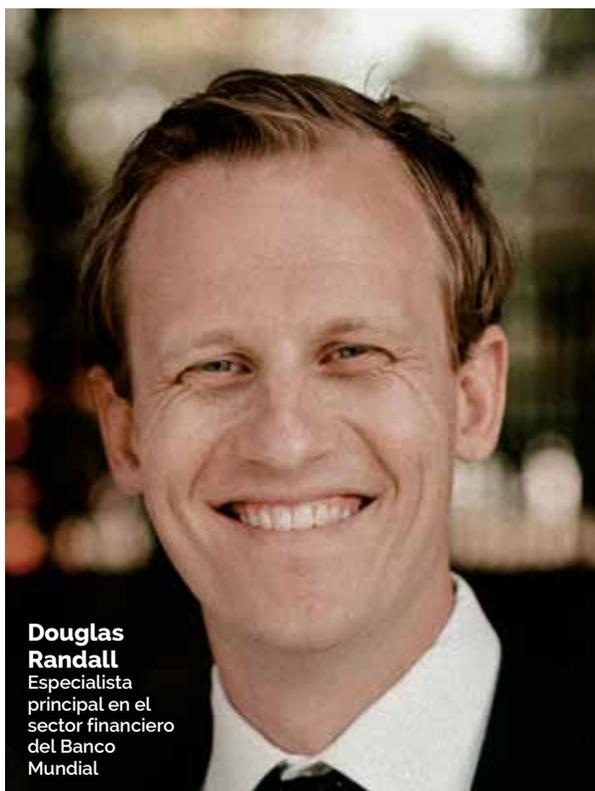
POR RENZO ROJAS
rojas@stakeholders.com.pe

¿Qué visión tienen desde el Banco Mundial acerca de que la inclusión financiera impulsa el desarrollo sostenible de una nación?

La inclusión financiera coincide plenamente con la visión del Banco Mundial de reducir la pobreza e impulsar la prosperidad en un planeta habitable. Existen sólidas pruebas empíricas de que el acceso a los servicios financieros puede mejorar la resiliencia de los hogares ante impactos relacionados; por ejemplo, con emergencias climáticas o de salud pública en los que si una persona tiene una cuenta en una institución financiera, puede recibir más fácilmente transferencias de emergencia del Gobierno o remesas de sus amigos y familiares que viven en otros lugares.

Ante la crisis ambiental global, ¿qué papel puede cumplir el sector financiero?

Sabemos que las empresas con acceso al crédito tienen mayor oportunidad de mejorar su productividad y hacer crecer sus operaciones, con beneficios positivos para el empleo y la actividad económica en general. Por último, los servicios financieros innovadores y centrados en el cliente pueden apoyar la adaptación frente al cambio climá-



Douglas Randall
Especialista principal en el sector financiero del Banco Mundial

tico. Por ejemplo, los seguros paramétricos contra riesgos de catástrofe pueden ser una herramienta fundamental para que los agricultores se recuperen de fenómenos meteorológicos extremos y riesgos climáticos y reanuden la producción en sus tierras.

¿Cómo ve el avance del Perú en el tema en los últimos años?

Perú ha realizado importantes avances en materia de inclusión financiera en los últimos años. Según la Encuesta Global Findex del Banco Mundial, solo el 20 % de los adultos peruanos (ma-

yores de 15 años) tenían una cuenta en una institución financiera en 2011. En 2021, esa cifra había aumentado al 57 %, y es probable que haya seguido aumentando en los años siguientes. Tanto el sector público como el privado merecen crédito por impulsar este progreso, incluso a través de esfuerzos estratégicos nacionales como la Política Nacional de Inclusión Financiera.

¿Qué retos aún se debe cumplir para lograr un acceso financiero universal?

Frente a estos avances, existen todavía algunos desafíos para Perú, sobre todo para llegar a las poblaciones vulnerables de las zonas rurales. Sabemos por la experiencia internacional que la competencia, la innovación, las inversiones en

infraestructura financiera y las intervenciones específicas del sector público pueden ayudar a los países a lograr el acceso financiero universal. También es necesario adoptar un enfoque holístico y tener en cuenta las condiciones necesarias para ampliar de forma sostenible la inclusión financiera; por ejemplo, garantizando el acceso a una banda ancha móvil asequible y de alta calidad.

¿Cuál considera que es el principal factor por el que la gente, a pesar de tener acceso, no usa el sistema financiero?

La encuesta Global Findex del Banco Mundial incluye una pregunta a los adultos no bancarizados sobre las razones por las que no tienen una cuenta bancaria. Los resultados para Perú son esclarecedores y también ayudan a explicar la brecha entre acceso y uso. El 65 % de los peruanos no bancarizados afirman que no tienen una cuenta porque es demasiado cara; el 41 % porque las instituciones financieras están demasiado lejos; y el 38 %, porque no confían en las instituciones financieras.

¿Qué soluciones podrían aplicarse a este escenario?

La buena noticia es que muchos de estos obstáculos pueden abordarse mediante políticas públicas. Una sólida protección del consumidor financiero puede contribuir a generar confianza en el sistema financiero. Un marco jurídico y normativo que fomente la competencia y la entrada en el mercado de una amplia gama de proveedores de servicios financieros, puede contribuir a mejorar el diseño de los productos y reducir los costes para los consumidores. Aprovechar las redes de agentes minoristas y el papel específico de los bancos públicos puede reducir las barreras físicas de acceso.

¿Cuáles son sus expectativas en el mediano plazo al respecto?

También es importante señalar que la brecha entre el acceso y la utilización del sistema financiero en Perú se está cerrando, según algunas métricas. En 2017, el 79 % de los titulares de cuentas informaron haber realizado o recibido un pago digital. Para 2021, esa proporción había aumentado a 86 %. Se trata de un progreso alentador.

Las fintech cobran protagonismo. ¿Cómo se podrían impulsar su incursión para llegar a todos?

El crecimiento de las empresas de tecnología financiera y el desarrollo general de un ecosistema de servicios financieros digitales (SFD) son factores importantes para vencer los obstáculos persistentes a la exclusión financiera: costes elevados, acceso físico limitado y diseño deficiente de los productos. A



nivel mundial, existen ejemplos prometedores en los que la integración de los servicios financieros digitales en productos y plataformas existentes de amplio alcance puede fomentar la inclusión financiera.

¿Cuáles serían algunos de estos casos?

Por ejemplo, el dinero móvil en Paraguay y Kenia, o Alipay (pagos integrados en el comercio electrónico) y Tenpay (pagos integrados en las redes sociales) en China. Pero las fintech necesitan igualdad de condiciones y un acceso equitativo a las infraestructuras financieras para desarrollar sus operaciones y alcanzar escala. La autoridad peruana en materia de competencia (Indecopi) publicó recientemente un importante estudio de mercado sobre el sector fintech, en el que se identifican oportunidades para abordar las prácticas anticompetitivas y fomentar un ecosistema de servicios financieros digitales competitivo que, en última instancia, pueda beneficiar a los consumidores a través de servicios financieros digitales bien diseñados, cómodos y asequibles.

¿Qué tipo de iniciativas viene apoyando el Banco Mundial en Perú?

El Banco Mundial ha estado apoyando la agenda de inclusión financiera de Perú durante muchos años, a través de la asistencia técnica a las autoridades del sector financiero en apoyo de las reformas políticas y regulatorias. Actualmente, nuestra asistencia técnica en Perú se centra en apoyar los esfuerzos de las autoridades del sector finan-

ciero para fomentar un ecosistema de pagos digitales inclusivo y permitir el desarrollo de las finanzas abiertas.

¿Cómo ven el avance del Perú en el tema en comparación con otros países?

Perú ha sido un líder mundial en inclusión financiera en muchos aspectos. Ha sido reconocido desde hace tiempo por su sólido entorno propicio para las microfinanzas. También fue uno de los primeros en adoptar una estrategia nacional de inclusión financiera para definir los objetivos de inclusión financiera y coordinar las acciones entre una serie de partes interesadas de los sectores público y privado. Se ha adelantado a muchos países en la digitalización de los pagos de transferencias sociales de Gobierno a persona (programa Juntos).

¿Podría referenciarse de otros casos que resalten?

En cifras, Perú sigue estando por detrás de algunos otros países homólogos. Mientras que el 57 % de los adultos peruanos tenían una cuenta en una institución financiera en 2021; en Brasil, Chile, China o Kenia, por nombrar algunos, esta cifra era igual o superior al 80 %. Perú aún puede aprender de las experiencias de estos países. Por ejemplo, la exitosa iniciativa Pix en Brasil para establecer una plataforma de pagos nacional, de propiedad pública e interoperable. Sabemos que el compromiso de las autoridades de Perú es firme, y nos entusiasma ver lo que depara el futuro para la inclusión financiera en este país. ..

EL POTENCIAL DEL OPEN BANKING PARA ACELERAR LA INCLUSIÓN FINANCIERA

El intercambio de información financiera entre actores del sector permitirá ofrecer productos y servicios financieros en favor de una mayor inclusión financiera. Sin embargo, existen también riesgos de seguridad en la *data* que deben considerarse.

POR RENZO ROJAS
rrojas@stakeholders.com.pe

Una mejor oferta de productos financieros, y una reducción de costos operativos son solo algunos de los beneficios que puede traer consigo el *open banking* en el Perú. Su adopción, sin duda alguna, impulsa la inclusión financiera debido a un servicio personalizado para clientes y de fácil acceso que acerca, mediante la innovación y tecnología, a la población a un sistema financiero formal.

Open banking o banca abierta es una tendencia que ya ha tomado protagonismo en otros países de la región como Brasil y México. En Perú, es un concepto que se encuentra aún en desarrollo. Este se refiere a la apertura de los servicios financieros tradicionales a través de la acción y el intercambio de datos entre diferentes instituciones financieras, tanto bancos como otras entidades autorizadas, señala Bárbara Castro Segura, profesora de Pacífico Business School.

“El objetivo principal del *open banking*, tal como está pensado a la fecha, consiste en permitir a los clientes tener una mayor gestión y mayor acceso a sus datos financieros, así como facilitar la interoperabilidad y la información entre entidades del sistema financiero”, indica.

Competitividad en el mercado

Esta apertura de información financiera resulta en varios aspectos positivos, entre los cuales destaca una mayor eficiencia desde las instituciones financieras; una mayor competencia entre



Bárbara Castro Segura
Docente de Pacífico Business School



Ricardo Salas Galliquio
Especialista en soluciones para banca
y servicios financieros

los ofertantes de productos financieros, que puede conllevar bajos costos para los clientes; y una mayor innovación en los servicios y productos financieros a través de aplicaciones u otras herramientas.

“Se espera que el *open banking* permita a los usuarios acceder a una gama más amplia de servicios financieros,

así como a productos y aplicaciones innovadoras ofrecidas por distintas empresas fintech y otras entidades. Ello generado por la competencia que se espera fomentar entre las entidades del sistema financiero y el intercambio seguro y transparente de la información financiera”, puntualiza Bárbara Castro.

Conforme la competencia aumenta, continúa, las entidades financieras se verán impulsadas a ofrecer productos y servicios de mayor nivel y a precios más competitivos, basados en la información específica del cliente y, por tanto, mejorando la experiencia de cada uno.

“Esto, por ejemplo, lo hemos podido advertir en los últimos años con el ingreso de las fintech, quienes han impulsado a las entidades financieras a ofrecer soluciones más eficientes, rápidas y de autogestión para los clientes. Con el *open banking* se espera que esta innovación se acelere y que los propios clientes puedan intercambiar también sus datos financieros con distintas instituciones para poder acceder a servicios más personalizados y adaptados a sus necesidades”, añade.

Por su parte, Ricardo Salas Galliquio, especialista en soluciones para banca y servicios financieros, sostiene que aparte de las mejores condiciones financieras para los clientes también se puede contribuir a la educación financiera. Esto es posible ya que el *open banking* puede ayudar a las personas a comprender mejor sus finanzas.

“Al proporcionar acceso a datos financieros, las personas pueden tomar mejores decisiones financieras y mejorar su situación financiera”, manifiesta.

Algunos ejemplos puntuales del potencial del *open banking* en el Perú ya se han venido implementando. Ricardo Salas menciona a la fintech peruana Fintonic que ha desarrollado una aplicación que permite a las personas acceder a sus cuentas bancarias de diferentes instituciones financieras en un solo lugar. También la startup peruana Prestamos.pe que ofrece créditos a personas que no tienen un historial crediticio formal.

Para las instituciones financieras, el especialista afirma que las ventajas del *open banking* se materializan en una mayor eficiencia y productividad al automatizar procesos y reducir costos; así como nuevas oportunidades de negocio y la mejora de la relación con los clientes. No obstante, indica que el aumento de la competencia dentro del sector podría conducir a una reducción de los márgenes de beneficio para las entidades bancarias.

Además, se debe considerar riesgos de mayor envergadura: “El *open banking* implica el intercambio de datos financieros sensibles, por lo que es importante que las entidades bancarias implementen medidas de seguridad

adecuadas para proteger estos datos. En regulación, al ser este un concepto relativamente nuevo, es posible que las entidades bancarias tengan que cumplir con nuevas regulaciones”, argumenta Ricardo Salas.

Riesgos en el intercambio de data

Si bien el intercambio de información financiera entre entidades puede ser una herramienta valiosa, es importante que las entidades que participan en este transcurso tomen las medidas necesarias para mitigar riesgos técnicos y legales, comenta Ricardo Salas.

Los primeros se relacionan a la posibilidad de que los datos financieros sean robados o manipulados durante el proceso de intercambio. Por ejemplo, ciberdelincuentes pueden utilizarlos para cometer fraude, blanqueo de dinero u otros delitos. En tanto a los riesgos legales, se refieren a la posibilidad de que el intercambio de datos financieros viole la legislación vigente, como la protección de datos personales o la legislación antimonopolio.

“Los datos financieros pueden ser utilizados para fines no autorizados, como el marketing directo o la venta de información a terceros. Asimismo, este intercambio puede suponer una violación de la privacidad de las personas, que pueden sentirse incómodas con la idea de que sus datos sean com-

partidos con terceros”, asegura Salas.

Un marco legal efectivo

Justamente, se necesita contar con una normativa que no solo promueva a gran escala el *open banking*, sino que también regule este intercambio de información financiera. Al respecto, en junio del 2022 se aprobó la “Ley que declara de interés nacional y necesidad pública la implementación de una política pública que fomente la masificación de la banca abierta”, la cual podría impulsar dos puntos esenciales para la masificación de la banca abierta y, por ende, la bancarización.

“La primera es la transparencia, donde los clientes tendrían un conocimiento claro de sus datos financieros. Esto debería incluir hasta los de la SUNAT o los del Banco de la Nación que actualmente no estarían todavía incluidos. La segunda es la interoperabilidad, con lo cual todas las entidades financieras podrían compartir información y, por ende, interoperar entre ellas”, señala Ricardo Salas.

Agrega que la Cámara de Compensación Electrónica (CCE) del Banco Central de Reserva del Perú está ejecutando un proyecto para la utilización de solo el número de teléfono para poder hacer transferencias, pero este aún se encuentra en pleno despliegue porque muchas de nuestras instituciones no están preparadas para utilizar este servicio.

En el marco de la efectividad de la ley, detalla que se debe subsanar ciertas deficiencias de esta misma. En esa línea, la falta de claridad sobre los roles y responsabilidades de cada uno de los actores involucrados en la banca abierta: las entidades financieras, los terceros autorizados y los clientes.

“Adicionalmente, la ley no establece incentivos claros para que las entidades financieras participen en la banca abierta; y mecanismos claros de supervisión y regulación de la banca abierta. Esto último puede aumentar el riesgo de que se produzcan abusos o fraudes”, finaliza..



EDUCACIÓN FINANCIERA: ¿UNA REVOLUCIÓN EDUCATIVA O UNA REDUNDANCIA COSTOSA?



ALFREDO DRAXL G.R.
CEO de CIDEL, consultora educativa

En un movimiento de impacto, el Congreso de la República del Perú ha aprobado la Ley 31900, declarando la educación financiera como un asunto de interés nacional. ¿Se trata de un verdadero impulso hacia una mejor formación económica o será simplemente añadir una capa más a un currículo ya abarrotado?

Efectivamente, el reciente dispositivo del Legislativo en pro de la educación financiera ha generado tanto entusiasmo como escepticismo. La Ley 31900, que declara de interés nacional la integración de contenidos sobre educación financiera en el currículo nacional de la educación básica, ha sido recibida con una mezcla de aplausos y críticas. Si bien la intención detrás de esta iniciativa es clara: preparar a los jóvenes para enfrentar los desafíos económicos del siglo XXI, algunos expertos cuestionan si esta medida es realmente necesaria o si simplemente añadirá una carga más al ya abrumado sistema educativo peruano.

Al analizar la ley en relación con algunos de los estándares de competencia ya existentes en el currículo nacional, vemos que estos ya abordan aspectos relacionados con la gestión de recursos económicos y proyectos de emprendimiento. Si bien es cierto que la nueva ley pone un énfasis específico en la educación financiera y tributaria, así como en los derechos del consumidor, estos temas pueden fácilmente trabajarse dentro del plan de estudios actual.

Y es que lo más importante es comprender que, en un diseño curricular por competencias como el peruano, el punto

no está en generar contenidos nuevos, sino en cómo lo que ya está previsto se articula mejor y se construye un contexto que dé sentido y motive los aprendizajes. No se trata de aprender “sobre” el ahorro y el cálculo de intereses, sino de “efectivamente ahorrar y tomar decisiones financieras” en la vida real -aprender haciendo.

Alianza con la empresa: la ley deja a criterio del Ministerio su diseño e implementación, y en ese entendido, creemos que el principal aporte del Minedu puede ir, por ejemplo, en la línea de generar las alianzas estratégicas con la sociedad civil para que los estudiantes encuentren el contexto necesario para usar lo aprendido y que ser financieramente competentes sea algo realmente significativo para ellos (una competencia para la vida real). Hay una excelente oportunidad en aprovechar estas alianzas con la banca, las cooperativas de ahorro y las empresas, para ofrecer educación financiera, primero que nada a los mismos maestros, pues es algo que no se puede enseñar sin experiencia previa. Por otro lado, es mucho lo que se debe hacer en los primeros grados: ahorrar, emprender, invertir, vender y comprar responsablemente, y aprovechar bien los recursos digitales, son actitudes y disposiciones que se deben desarrollar desde los años de primaria y no esperar tan solo a los últimos grados de secundaria. No se trata de una materia más, es educar para la vida.

Integrar, integrar, integrar: no menos importante es que el Minedu vincule estos aprendizajes con las competencias del área de matemáticas, comunicación, y la competencia “se desenvuelve en entornos virtuales generados por las TIC”; pues, como dijimos, no se trata de agregar elementos a un currículo ya de por sí abarrotado, sino de integrar significativamente los aprendizajes.

En última instancia, la implementación de la Ley 31900 y la integración de la educación financiera en el currículo nacional plantean un desafío crucial: ¿cómo asegurar que esta medida realmente prepare a los estudiantes para un mundo económico y financiero en constante cambio? Solo el tiempo dirá si esta nueva dirección en la educación peruana será verdaderamente revolucionaria o una ocasión perdida para darle relevancia y autenticidad al currículo. Pero una cosa es segura: el futuro económico del país depende en gran medida de la preparación de sus futuros líderes financieros..

DEL ACCESO AL USO: CINCO APRENDIZAJES DESDE LA EDUCACIÓN FINANCIERA



JUAN JOSÉ ROMÁN
Gerente de proyectos de Aprenda

■ Cada vez son más los peruanos que acceden a los productos y servicios del sistema financiero. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), a diciembre de 2023, el 57,9 % de la población mayor de edad tiene una cuenta en el sistema financiero; 15.5 pp más que en comparación con el mismo período de 2019. Asimismo, de acuerdo al Índice de Inclusión Financiera de Credicorp, desde el 2021 Perú viene avanzando notablemente en términos del acceso de las personas a los productos y servicios del sistema financiero, lo cual es un habilitador de progreso al contribuir a la reducción de la pobreza y a la igualdad de oportunidades.

Sin embargo, la inclusión va más allá de tener una cuenta de ahorros. El reto hoy se centra en la frecuencia, intensidad y permanencia con la que las personas usan los productos y servicios financieros. En corto, la cotidianidad con la que un individuo emplea el sistema financiero formal para ahorrar, recibir ingresos, realizar transferencias o pagar servicios. Este uso frecuente, intenso y permanente les ahorra tiempo y les da seguridad a las personas al mismo tiempo que les permite construir una 'huella financiera' que, en una economía predominantemente informal como la nuestra, es la clave para acceder a más productos y a mejores condiciones.

¿Cómo puede la educación potenciar el uso de los productos y servicios financieros y contribuir a una inclusión financiera más sostenible? De la experiencia de trabajo de Aprenda con las empresas del sistema financiero, hemos recogido cinco aprendizajes:

- 1. La Educación Financiera (EF) debe ser un esfuerzo integrado al negocio.** Riesgos, marketing, negocios, segmentos y sostenibilidad: hoy el diseño de las acciones de EF debe ser colaborativo y enfocarse en resolver los dolores de los clientes y del negocio por igual.
- 2. Diferenciar acciones y mediciones.** Los programas de EF se han diversificado y hoy implementan acciones de comunicación (campañas en medios masivos, activaciones, miniserries, blogs), capacitación y asesoría. Es clave diferenciar el impacto de cada tipo de acción y entender cómo se relacionan con los indicadores del negocio. Por ejemplo: qué acciones mejoraron el índice reputacional y cuáles incidieron en la baja de la morosidad (créditos) o de la siniestralidad (seguros).
- 3. Segmentar en base a data.** Para promover la frecuencia, intensidad y un mejor uso de los productos y servicios financieros, los programas de EF deben analizar estadísticamente la data disponible de los clientes, crear segmentos y diseñar estrategias diferenciadas. La creación de grupos control y el seguimiento a los clientes participantes permitirá, además, tener trazabilidad sobre los efectos positivos derivados de las acciones implementadas.
- 4. La EF debe enfocarse en el cambio de comportamiento.** Cambiar un comportamiento toma tiempo; por ello, las acciones de EF deben pasar de iniciativas puntuales a intervenciones que, en períodos no menores a 3 meses, contribuyan a cambiar un comportamiento: incrementar el saldo de una cuenta de ahorros, usar canales digitales en vez de físicos, pasar un chequeo médico preventivo anual, etc.
- 5. Solo lo digital permitirá la escalabilidad.** El uso masivo de WhatsApp abrió una gran puerta para los programas de EF. Actualmente ya se envían mensajes educativos sobre el uso de productos y miles de personas llevan cursos cortos a través de WhatsApp cada semana. La combinación de SMS y correos electrónicos también está siendo útil para comunicarse con algunos segmentos de clientes. El futuro de la EF será digital.

Queda aún mucho camino por recorrer. Sin embargo, es alentador ver a muchos equipos retarse constantemente para lograr que cada vez más peruanos accedan a mejores oportunidades siendo parte de nuestro sistema financiero formal..

LA SINERGIA DE INCLUSIÓN FINANCIERA Y SOSTENIBILIDAD EN PERÚ: UN FUTURO PROMETEDOR

POR CECILIA RIZO PATRÓN
Directora Ejecutiva de Avanza Sostenible

En el contexto peruano, el concepto de inclusión financiera según la SMV¹ se caracteriza por la capacidad de la población para acceder y emplear servicios financieros (ahorros, crédito, seguros, y sistemas de pago) que cumplan con estándares elevados. Este término abarca tres aspectos primordiales:

- **Acceso:** Se refiere a la disponibilidad de servicios financieros, garantizando que la población tenga a su disposición la infraestructura necesaria y puntos de servicio del sistema financiero que permitan ofrecer un espectro completo de servicios financieros de alta calidad.
- **Uso:** Denota la regularidad y continuidad con las que los servicios financieros son utilizados por los ciudadanos.
- **Calidad:** Implica que los servicios financieros se alinean con las necesidades específicas de los usuarios, incorporando elementos como la facilidad de uso, la accesibilidad económica y la seguridad.

La inclusión financiera en el Perú es fundamental para el desarrollo económico y social, permitiendo a todos los segmentos de la sociedad acceder a servicios financieros esenciales. Este acceso facilita la gestión de ingresos, la inversión en salud y educación, y el emprendimiento; contribuyendo a la reducción de la pobreza y promoviendo un crecimiento económico inclusivo.

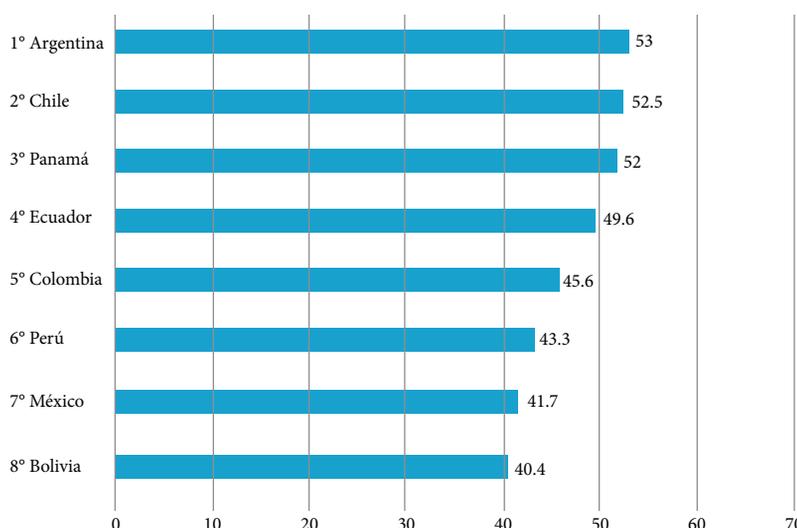


El Índice de Inclusión Financiera 2023 de Credicorp indica que Latinoamérica muestra un nivel ‘medio bajo’ de inclusión financiera, con una puntuación general de 45,5 sobre 100. Este índice es una herramienta crucial para monitorear la evolución de la inclusión financiera en la región, incluyendo a Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, México, Panamá, y Perú.² Nuestro país presenta una leve mejora y sube del séptimo al sexto puesto en comparación con el año anterior.

Importancia de la inclusión financiera en el Perú

La inclusión financiera en el Perú es importante por varias razones:

Ránking de países con mayor Índice de Inclusión financiera en América Latina 2023



Elaboración: Propia / Fuente: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2023

¹ Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP: <https://www.sbs.gob.pe/inclusion>

² Fuente: 2023 Índice de Inclusión Financiera de Credicorp

- **Reducción de la pobreza y mejora del bienestar económico:** El acceso a servicios financieros permite a las familias y a los empresarios manejar mejor sus ingresos y gastos, invertir en educación o salud, y emprender o expandir negocios; lo que contribuye a la reducción de la pobreza y al mejoramiento del bienestar económico.
- **Estabilidad financiera:** Una mayor inclusión financiera también puede contribuir a la estabilidad financiera del país al diversificar la base de clientes de las instituciones financieras y promover sistemas de pago más eficientes.
- **Crecimiento económico:** La inclusión financiera facilita el ahorro y la inversión, elementos clave para el financiamiento de nuevas empresas y para el desarrollo de infraestructura; lo cual es fundamental para el crecimiento económico.

Algunas empresas en el Perú han implementado prácticas importantes para promover la inclusión financiera:

- **Banco de Crédito del Perú:** Con su programa Yape, el BCP ha revolucionado el acceso a servicios financieros digitales, permitiendo a los usuarios realizar transferencias y pagos a través de sus teléfonos móviles sin necesidad de tener una cuenta bancaria tradicional. Yape ya es la principal herramienta de inclusión financiera en el Perú, ya que ha incluido a 2,7 millones de peruanos.

La inclusión financiera no solo es un objetivo social en sí mismo, sino también un medio para alcanzar un crecimiento económico más inclusivo y sostenible.

- **BBVA Perú:** A través de su iniciativa de educación financiera, BBVA busca mejorar la comprensión y el uso de productos financieros entre la población. Esto incluye los programas “Tu dinero, tu amigo” y “Finanzas como jugando” que son talleres y recursos en línea destinados a diferentes segmentos de la población, incluidas las zonas rurales.
- **Interbank:** Ha impulsado la inclusión financiera con productos como la billetera digital Tunki, que busca incluir a más peruanos al sistema financiero y actualmente cuenta con 2.5 millones de usuarios. A través de Tunki es posible abrir una cuenta bancaria, efectuar pagos y realizar transacciones bancarias, sin necesidad de acercarse a una tienda financiera y sin tarjeta. En cualquier parte del Perú, es posible abrir una Billetera Tunki de manera 100 % remota.
- **MiBanco Perú:** Con un enfoque en microempresarios, MiBanco ofrece

microcréditos y servicios financieros adaptados a las necesidades de pequeños empresarios y emprendedores. Mibanco identificó el limitado acceso a servicios financieros que tienen las mujeres con pequeños ingresos de los niveles C y D. Es así como crearon el programa “Crédito Mujer” que busca acortar las brechas de género, al fomentar que más mujeres tengan facilidades para solicitar un préstamo y consigan su libertad financiera. En el 2022 más de 31 000 mujeres pudieron acceder a un crédito en el 2022, 57 % más que el 2021.

La inclusión financiera no solo es un objetivo social en sí mismo, sino también un medio para alcanzar un crecimiento económico más inclusivo y sostenible. Las empresas que lideren en este ámbito no solo estarán contribuyendo al bienestar de la sociedad peruana, sino que también estarán invirtiendo en el futuro económico del país..



DESAFÍOS DESDE LA EXCLUSIÓN FINANCIERA PARA LAS MIPYMES

POR MARÍA LAURA CUYA

CEO de Innova Funding y docente de Pacífico Business School

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son la gran mayoría de las empresas de carácter formal, y contribuyen con cerca del 50 % del empleo formal en promedio en los países de América Latina y Caribe. Si bien desempeñan un papel crucial en el tejido económico, contribuyendo significativamente al crecimiento, la creación de empleo y la innovación; solo el 45 % de las mipymes tienen acceso al sistema financiero, siendo que representan el 99 % de la red empresarial y el 67 % del empleo en la región. Ellas se enfrentan a desafíos significativos en el acceso a servicios financieros, lo que resulta en una grave exclusión financiera.

En el caso peruano, en una economía en recesión con niveles de pobreza creciente, con una economía altamente informal, inequidad en las posibilidades de acceso al crédito según el perfil y el género, falta de infraestructura como es el caso de mipymes en zonas rurales, educación limitada y deficiente; se necesita un conjunto de acciones de política pública, voluntad de acción conjunta entre grupos de interés, como la empresa privada, inversionistas y sociedad, que permitan participar a la mipyme hoy excluida.

A pesar del alcance y su potencial de capilaridad para impactar en el desarrollo económico, es preciso decir que las mipymes luchan día a día por acceder al crédito, por ser visibles como usuarios financieros; pero la oferta actual es complicada y cara cuando la consiguen, y en la mayoría de casos es inaccesible.



Una exclusión agravante

En el actual contexto, las dificultades de la pequeña empresa para calificar para préstamos convencionales se agravan. Las razones como falta de experiencia crediticia, ausencia de garantías o avales, desconocimiento que les limita al tomar decisiones financieras, oferta limitada y entorno regulatorio poco promotor (para mipymes y oferta financiera), entre otras condiciones, deja a las mipymes presas de un ciclo de limitaciones financieras inacabable, del que es muy difícil liberarse para crecer.

Hablemos de la necesidad de inclusión financiera de las mipymes. Cuando ellas no obtienen recursos financieros se reduce su capacidad de invertir, crecer, innovar y crear puestos de trabajo de alta calidad.

El informe del BID (2020) evidenció el déficit financiero de cinco veces la oferta financiera tradicional (ascendía aproximadamente a USD\$1,8 billones). Es una brecha tan grave entre la oferta y la demanda; así, año a año, la exclusión se agrava.

Mientras las empresas más grandes financian sus inversiones a largo plazo con financiamiento adecuadamente calzado, las mipymes con graves dolores de acceso lo hacen inadecuadamente; y las inversiones a largo plazo están descalzadas y son cubiertas con financiamiento a corto plazo, a menudo de agiotistas. Además de los problemas estructurales, hay problemas para demostrar su potencial, cómo demostrar la solvencia con la información que no es la que valoran los esquemas de calificación. Esto hace difícil demostrar al banco que se califica para un crédito. Hoy las mipymes obtienen menos del 20 % de su financiamiento de los bancos. Reunir la información necesaria para evaluar a una posible mipyme cliente es caro, complejo y toma demasiado tiempo.

Es urgente generar un mayor financiamiento para las mipymes, para hacerlas más productivas y estables. La inclusión financiera de las mipymes peruanas requiere un trabajo en conjunto, que incluye al sector privado; por ejemplo, con la construcción de una oferta pensada en los segmentos deficitarios, con servicios y procesos bancarios más amigables, con variada oferta de las tecnologías financieras (fintech) y mayor inclusión de los mercados de capitales.

Además de lo descrito, convivimos con falta de habilidades para comprender y aplicar conceptos básicos de las finanzas que ante el marco económico actual cobra más gravedad. Observamos que a menor educación escolar hay menos educación financiera y menos ingresos. La desinformación, repetiremos siempre, limita la capacidad del gestor de la mipyme para tomar decisiones con transparencia y responsabilidad. Hoy carecemos de infraestructura y carreteras digitales diseñadas para cada segmento desatendido que permitan, a las mipymes y a las personas, contar con conexión para realizar transacciones básicas. El desarrollo de servicios customizados a las graves necesidades y de tecnología para abaratar costos y descentralizar el acceso son pilares para dar acceso a la población excluida. Otro pilar es la oferta disponible.

El potencial del factoring

¿Podemos hacer que cualquier negocio esté habilitado para recibir pagos electrónicos? ¿Que tenga acceso a efectivo o fuentes de financiamiento que le permita invertir y crecer? ¿Podemos promover programas de alfabetización financiera responsable? La

EL DATO

Más de 2,2 millones de mipymes operan en el mercado peruano (2021). Representan el 96.4 % de las empresas peruanas y el 45.8% de la PEA (Enaho, 2022).

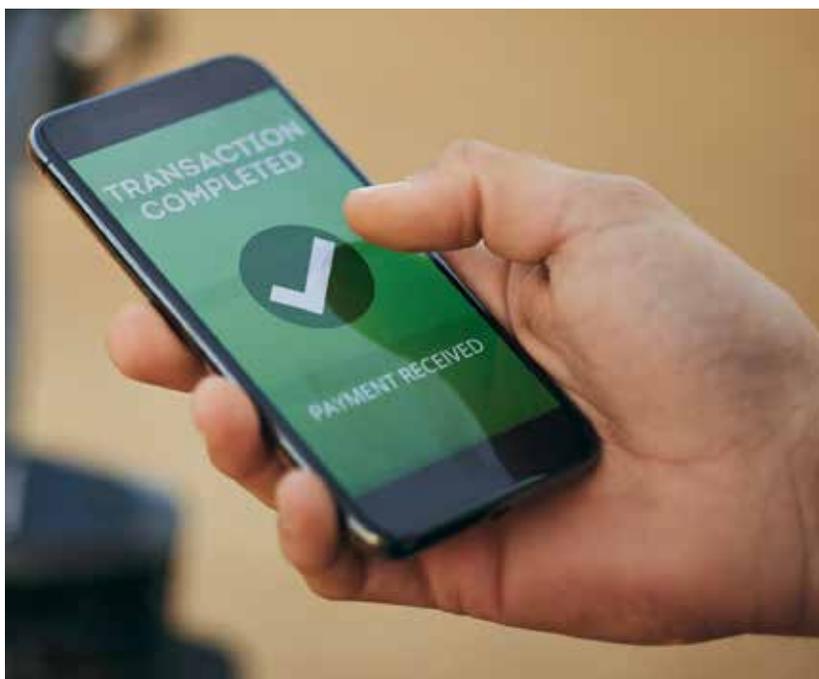
difusión de oferta financiera (de conceptos como el factoring) puede ayudar a las mipymes a entender el valor de tener acceso al sistema financiero y a diversa oferta financiera, lo que puede mejorar la gestión del dinero y ampliar las herramientas de liquidez. ¿Podemos aprovechar las ventajas de la tecnología para impulsar la inclusión financiera? Hace falta una comprensión más profunda de las mipymes y promover una propuesta atractiva pensada en la diversidad de ellas. Los canales digitales pro-

porcionan una mayor comodidad a las pequeñas empresas a un menor costo para los ofertantes de servicios y pueden optimizar el proceso del préstamo. Lo observamos en el caso del factoring digital, donde disminuyen significativamente los tiempos de decisión, bajan los costos y se hace procesos transparentes cuando con tecnologías se integran los procesos de los actores esenciales (imagínense una integración de bancos, fintech, Sunat y Cavali).

La posibilidad de establecer plataformas de colaboración de mipymes, su cadena de proveedores y clientes, pueden crear procesos de distribución con menor costo, más posibilidad de acceso y que impulsen el crecimiento del negocio y toda la cadena. Por ejemplo, el acceso a servicios como el factoring, con la verificación de las facturas de las cadenas productivas, les permite acceder a un crédito más rápido y más barato para habilitar el financiamiento de las ventas y el capital de trabajo.

La facturación electrónica para tributación puede servir a empresas de factoring y a la banca para observar flujos, capacidad de pago, campañas, estacionalidad del negocio. En el Perú, se han creado fintech de factoring como producto clave basado en normativa, innovación y tecnología. Hace falta innovar en servicios y canales de oferta para mipymes. Hay en el mundo numerosos ejemplos de puntuación de crédito para el mercado informal basados en georeferenciación.

Las soluciones fintech y los servicios de banca digital representan una oportunidad para ampliar significativamente el acceso financiero a empresas para cerrar las brechas de inclusión financiera del país. Aparecen como una solución para aumentar la competencia, la innovación, aumentar la oferta descentralizada, profundizar el desarrollo financiero y promover la reducción de brechas de exclusión. ..





CONVENTION & SPORT CENTER



Armando Casis,
director de
Sostenibilidad en la
Universidad ESAN.

“NUESTRO RETO ES CONVERTIR A ESAN EN LA COMUNIDAD ACADÉMICA NÚMERO UNO EN SOSTENIBILIDAD EN LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA”

En una entrevista exclusiva con *Stakeholders*, Armando Casis, nuevo director de Sostenibilidad de ESAN, nos explica más sobre los planes que tiene la institución para potenciar sus iniciativas de gobernanza y administración, responsabilidad social universitaria, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad y otras importantes líneas de acción vinculadas a la sostenibilidad.

POR RENZO ROJAS
 rojas@stakeholders.com.pe

■ Sus más de 40 años de trayectoria en el sector privado despiertan una gran expectativa por su contribución a los proyectos e iniciativas que viene desarrollando ESAN, que en el 2023 cumplió 60 años de vida institucional.

Hace cuatro meses fue designado como director de Sostenibilidad en ESAN, ¿cuáles son las expectativas que le genera este nuevo desafío en su carrera?

Las expectativas son muy grandes debido al prestigio de ESAN. En el 2023, cumplió 60 años y los reconocimientos que tiene en los *rankings* internacionales como QS, así como en las encuestas de preferencias en el sector privado, reafirman que sigue siendo la institución número uno en posgrado. Asimismo, su posgrado sigue creciendo con el lanzamiento de nuevas carreras. En este contexto, fui convocado para asumir una nueva posición en la institución que tie-

ne el objetivo de potenciar su amplia cartera de proyectos vinculados a la sostenibilidad, que tienen un alcance institucional, pero con diferentes líneas de acción tanto en el posgrado como en el pregrado.

¿Cómo ha sido esta experiencia en sus primeros meses de trabajo?

Muy buena. Si bien estamos en una tapa inicial de diagnóstico, ESAN tiene una gran cantidad de proyectos e iniciativas en materia de sostenibilidad que se han venido trabajando en los últimos años. El reto es potenciarlas para que su alcance sea aún mayor y ello se logrará a través de un plan articulado con las distintas unidades de la institución.

¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta en su rol como nuevo director de Sostenibilidad y cómo planea abordarlos para avanzar hacia los objetivos de sostenibilidad de la organización?

Parte de nuestro reto es convertir a ESAN, junto con las autoridades, facultad, equipo administrativo, estudiantes, egresados y graduados, en la comunidad académica número uno en sostenibilidad en el Perú y en la región de América Latina. Para lograrlo, estamos alineando las iniciativas que se tienen en un plan de trabajo con ejecución en el corto, mediano y largo plazo. Las personas pasan, pero la institución queda, y es importante que la sostenibilidad esté en el ADN de los procesos y programas de la institución, ya sea en el pregrado o en el posgrado.

¿Cuál fue el motivo detrás de la creación de la dirección de Sostenibilidad?

ESAN siempre ha tenido un compromiso con la sostenibilidad y lo que se quiere es que este trabajo continuo sume nuevos aliados para tener iniciativas de mayor impacto. Por ejemplo, no solo se busca desarrollar

programas que beneficien a determinados segmentos de la población bajo el nombre de la institución, sino que esto se pueda hacer en conjunto con otras instituciones o empresas y lograr una mayor cantidad de beneficiarios. Esto aplica para nuestros programas de responsabilidad social universitaria o responsabilidad social corporativa. Apuntamos a lograr alianzas porque creemos en el poder y el impacto de la colaboración. Para lograr esta labor compleja, se decidió crear una dirección que tuviera autonomía y que trabaje directamente con el rectorado.

¿Cuál es la relevancia y el valor estratégico de integrar temas de sostenibilidad en el currículo académico de los alumnos?

Esta es otra de las líneas de acción que se han venido dando en los últimos

años a través del ingreso de cursos de sostenibilidad en las carreras del pregrado y en los programas del posgrado, donde incluso nuestro MBA tiene una mención. Sin embargo, buscamos continuar elevando el nivel. Por ello, se busca integrar a las empresas en proyectos específicos que se puedan desarrollar en los cursos que enseñamos. En ESAN creemos que mientras más sostenibles son las organizaciones, el país también lo será.

¿Cómo planean en ESAN articular los cursos de pregrado, MBA y programas de desarrollo ejecutivo con los objetivos institucionales, de manera que los estudiantes puedan participar?

Primero, hicimos un reconocimiento de cuántos cursos hay en cada carrera de pregrado, así como en postgrado (incluye MBA, maestrías especializadas

y programas de Educación Ejecutiva). Luego, el paso que estamos dando es vincular más a las empresas para el desarrollo de proyectos específicos dentro de estos cursos. Asimismo, estamos potenciando nuestros eventos vinculados a la sostenibilidad para complementar la formación de nuestros estudiantes e involucrar también a más profesionales. El objetivo es que el conocimiento y las buenas prácticas en la materia se difundan para un efecto multiplicador.

¿En qué aspectos considera que la propuesta educativa de ESAN contribuye de manera significativa al desarrollo tanto de la sociedad como del sector empresarial?

ESAN tiene pilares institucionales sólidos que están orientados a i) la excelencia académica (la cual viene desde su fundación de la mano de Stanford





Graduate School of Business), ii) la internacionalización, iii) el enfoque en la empleabilidad y el fomento del emprendimiento; iv) el foco en programas innovadores y con una visión sostenible y con ética. Esta combinación permite una formación integral de profesionales, quienes no solo están preparados a nivel de conocimientos, sino que también cuentan con habilidades blandas desarrolladas y una visión crítica de la realidad.

Asimismo, ESAN se constituye como un socio de valor para las empresas, en la medida que se generan oportunidades de colaboración para capacitaciones, además del desarrollo de proyectos conjuntos, ya sean eventos, producción de investigación, entre otros.

¿Cuál es el proceso de selección de profesionales para impartir clases en ESAN y cómo garantizan que la información se transmita de manera efectiva y óptima a los estudiantes?

Hay un área dedicada exclusivamente a este trabajo: Calidad Académica. En ESAN nos preocupamos porque nuestros profesores no solo sean expertos en su rubro, con una destacada trayectoria y presente profesional, sino que nos

preocupamos porque existan cualidades de docencia que garanticen un adecuado aprendizaje por parte de nuestros alumnos. Hoy no se busca un profesor que tenga conocimientos, se busca una persona capaz de hacer reflexionar a los estudiantes y desafiarlos para el desarrollo del juicio crítico, así como de la mejora de sus habilidades blandas.

¿Qué medidas específicas planean implementar para promover la sostenibilidad en el campus de manera progresiva y constante, asegurándose de que se integre efectivamente en la vida diaria de la comunidad educativa?

nibilidad en el campus de manera progresiva y constante, asegurándose de que se integre efectivamente en la vida diaria de la comunidad educativa?

Nuestros reportes de sostenibilidad están siendo realizados bajo principios y criterios de la Global Reporting Initiative (GRI), así como de los Principios para la Educación en Gestión Responsable (PRME, por sus siglas en inglés). También tenemos una participación activa de la comunidad universi-



taria (autoridades, directores, personal administrativo, alumnos y graduados) e incluso de proveedores y socios comerciales en actividades y proyectos vinculados a sostenibilidad. Buscamos cocrear para tener un mayor impacto.

¿Cuál es la importancia de las alianzas estratégicas para lograr resultados óptimos en el contexto de la sostenibilidad?

Desde mi punto de vista, las alianzas multisectoriales son una herramienta muy fuerte y ESAN tiene una agenda de trabajo muy activa para establecer convenios de cooperación institucional que van en esa línea. Es una de las líneas de trabajo que se potenciarán, porque creemos en el poder de la colaboración para sacar adelante proyectos y tener un mayor impacto en la sociedad..

Perfil profesional

- Ingeniero industrial por la Universidad Nacional de Ingeniería.
- Máster en Administración de Negocios de ESAN y la Universidad de Québec en Montreal (Canadá). Maestría en Gerencia Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Amplia experiencia gerencial y de trabajo con el Gobierno central en diversas agencias y Gobierno local, sociedad civil y cooperación internacional. Fue gerente general de la Asociación Unacem por más de 18 años.
- Actualmente, es director de Sostenibilidad en la Universidad ESAN. Además, es docente en el Diploma Internacional en Desarrollo Sostenible, el Diploma Internacional en Gestión de Relaciones Comunitarias y el curso Gestión de la Sostenibilidad Empresarial.



TURISMO SOSTENIBLE Y REGENERATIVO: TENDENCIAS EMERGENTES

El *Informe sobre Turismo Sostenible 2023* realizado por Booking.com evidencia cómo la incertidumbre económica está influyendo en las decisiones de los consumidores sobre los viajes sostenibles.

75 %

buscan empresas turísticas con opciones de viaje más sostenibles

56 %

considera que no hay suficientes opciones de viajes sostenibles



El estudio se basa en una encuesta a más de 33 000 personas en 35 países y regiones diferentes del mundo.

Viajes regenerativos:

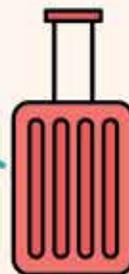
67 %

de los turistas desea generar un impacto positivo en el destino que visitan, dejándolo mejor de lo que lo encontraron.



69 %

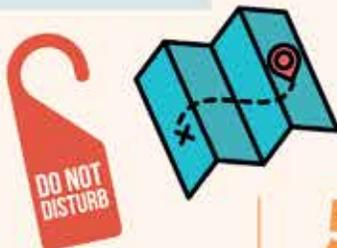
considera que proteger el entorno natural es una forma más sostenible de viajar.



Alojamientos sostenibles:

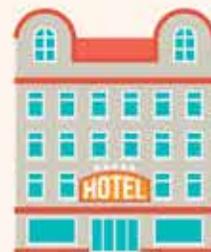
70 %

se sentiría mejor al elegir un alojamiento concreto con una acreditación o etiqueta de sostenibilidad.



59 %

quiere filtrar opciones de búsqueda de hoteles para optar por aquellos con acreditación de sostenibilidad.



DESAFÍOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE Y REGENERATIVO EN EL PERÚ

Para lograr un turismo sostenible en Perú es crucial abordar una serie de desafíos que afectan la preservación ambiental, la protección del patrimonio cultural y la equidad socioeconómica.

POR MILAGROS BRACAMONTE
mbracamonte@stakeholders.com.pe

El Perú, tierra de rica herencia cultural y biodiversidad, es reconocido como un destino turístico de renombre mundial. Sin embargo, este sector plantea desafíos significativos en términos de preservación ambiental, protección del patrimonio cultural y equidad socioeconómica. En este contexto, el concepto de turismo sostenible emerge como una necesidad para garantizar el desarrollo sostenible y perdurable de la industria turística peruana.

De acuerdo con Claricia Tirado, socia fundadora de TravelON Consulting, hay diversos aspectos que el Perú debe mejorar o implementar para lograr un turismo sostenible. Para ella, la clave radica en informar sobre lo que significa turismo sostenible.

“Necesitamos sensibilizar y capacitar a los diferentes actores para que puedan involucrarse en el proceso de gestionar la actividad turística con un enfoque de sostenibilidad. Además, debemos trabajar de manera integral en los destinos turísticos con el fin de abordar los tres pilares de la sostenibilidad. Por otro lado, aspectos como la gobernanza, los recursos clave del destino, la propuesta de valor, la orientación al mercado, los indicadores de sostenibilidad, las alianzas y/o asociaciones clave, las estrategias de comunicación y promoción, son vitales para gestionar una actividad turística sostenible”, resalta.

Para lograr un turismo sostenible en Perú es crucial abordar una serie de desafíos que afectan la preservación am-



Claricia Tirado
Socia fundadora
de TravelON Consulting

biental, la protección del patrimonio cultural y la equidad socioeconómica. En ese sentido, Claricia señala que es fundamental generar mayor conciencia sobre la importancia de gestionar el turismo con un enfoque de sostenibilidad, a fin de que cada vez más destinos turísticos y empresas se sumen a una gestión sostenible. Para ello se requiere acciones de sensibilización y capacitación, así como generar incentivos y mecanismos que promuevan la inversión privada en proyectos de turismo sostenible.

La especialista añade que es importante trabajar la gobernanza en los destinos turísticos, articular entre los diferentes actores y sumar al proceso a la comunidad local, al gobierno nacional, gobiernos regionales, gobiernos locales, gremios privados, empresarios, guías de turismo, asociaciones y/u organizaciones locales. “Todos los actores deben trabajar en base a una visión compartida del desarrollo sostenible del turismo,

tener muy claros los objetivos y prioridades, y trabajar con estrategias”.

Turismo sostenible: un impulso vital para comunidades locales

A través de una gestión responsable de los recursos naturales, la promoción de prácticas turísticas éticas y el fortalecimiento del tejido social de las comunidades locales, el turismo sostenible no solo puede impulsar el desarrollo económico en destinos turísticos, sino que también puede contribuir a la preservación de la naturaleza y la diversidad cultural. Desde la generación de empleo y oportunidades económicas hasta la protección del patrimonio cultural y natural, el turismo sostenible se presenta como un modelo de desarrollo que busca un equilibrio entre el crecimiento turístico y la conservación a largo plazo.

Bajo ese contexto, la especialista de TravelON resalta que es fundamental generar oportunidades para la gente local; además, es un recurso clave porque pueden ser proveedores de bienes, servicios y experiencias. “Para lograrlo, es necesario trabajar en capacitación continua y brindarles todos los recursos necesarios para que formen parte de una experiencia altamente satisfactoria por parte de los turistas. Esto contribuye a impulsar un círculo virtuoso de calidad en el destino en donde se genera empleo para los que participan de la actividad turística, incluyendo a los micro y pequeños emprendimientos”.

“Respecto al medio ambiente, además de buscar minimizar y/o reducir los im-

TravelON y su contribución con el turismo sostenible

Travel ON cuenta con un modelo de gestión turística sostenible la cual fue implementada en los destinos turísticos a fin de generar una actividad sostenible. El modelo implica trabajar aspectos medulares para el destino como la gobernanza, los recursos clave del destino, la propuesta de valor, la orientación al mercado, los indicadores de sostenibilidad, las alianzas y/o asociaciones clave, las estrategias de comunicación y promoción, los aspectos financieros, entre otros que son fundamentales para gestionar una actividad sostenible con un enfoque integral.

En la actualidad, están impulsando este modelo para que las empresas de otros sectores puedan implementarlo en sus áreas de influencia y, de esta manera, ofrecer a las comunidades con las que se relacionan una actividad económica sostenible que les genere empleo y oportunidades de crecimiento.

Respecto al medio ambiente, además de buscar minimizar y/o reducir los impactos y de compensar, es importante impulsar proyectos de regeneración.

pactos y de compensar, es importante impulsar proyectos de regeneración, por ejemplo, si hay recursos que ya no se encuentran en el territorio, o que están desapareciendo, es importante trabajar para recuperarlos, para que vuelvan a formar parte del ecosistema, del que

también se beneficia la actividad turística. Nuestra visión tiene que ir más allá, hacia un turismo no solamente sostenible, sino regenerativo”, agrega.

Para Tirado, es clave que se genere una articulación permanente entre los ac-



tores del destino. Y esto se logra en primer lugar contando con espacios representativos, que tengan legitimidad, que realmente representen las necesidades y prioridades de los diferentes actores.

Una forma de involucrar a los actores claves es generando un espacio de articulación que ya se encuentre funcionando en el destino. Es importante que el espacio tenga continuidad y que se cumplan los acuerdos establecidos para construir relaciones de confianza. Pero sobre todo es importante integrar la visión compartida y que se planteen estrategias para contar con resultados a corto, mediano y largo plazo, así como una buena estrategia de comunicación para que más actores se vayan sumando al proceso de desarrollo.

El rol de la educación y la sensibilización

La educación y la sensibilización desempeñan un papel crucial en la promoción del turismo sostenible en Perú al crear conciencia, fomentar la participación comunitaria, capacitar a los profesionales del turismo y promover un turismo más responsable entre los visitantes. Estos esfuerzos son esenciales para proteger y conservar los recursos naturales y culturales del país a largo plazo.

De acuerdo con Claricia Tirado, sin sensibilización y educación no podemos hablar de turismo sostenible. “Ambos elementos son la base para lograr avances en nuestro país, donde aún hay muy poco avance en relación con el manejo sostenible de los destinos turísticos, y donde tenemos muy pocas empresas conscientes de lo importante que es invertir en sostenibilidad”.

En esa línea, finalmente retoma la idea de que es clave ampliar el mensaje involucrando al gobierno nacional, los gobiernos regionales y locales, los gremios turísticos, los empresarios, la academia. “Debemos ser conscientes de que si no nos sumamos al enfoque de sostenibilidad vamos a seguir perdiendo competitividad, y por lo tanto el crecimiento de la actividad turística se va a seguir viendo afectado”, puntualiza. ●●

“EL PRINCIPAL DESAFÍO ES ALCANZAR LAS CIFRAS DE PREPANDEMIA”

Stakeholders conversa con Paola Marín Ugarte, directora de Promoción de Turismo de PROMPERÚ, quien también explica cuáles son las estrategias que viene implementando el organismo para fomentar el turismo sostenible a nivel nacional.

POR MILAGROS BRACAMONTE
mbracamonte@stakeholders.com.pe

¿Cuál es el compromiso de Promperú con el desarrollo y promoción del turismo sostenible en el país?

Desde Promperú se viene trabajando en una agenda conjunta con el Viceministerio de Turismo (MINCETUR) para promocionar los destinos turísticos reconocidos por los Green Destinations por implementar prácticas sostenibles, siendo estos la Reserva Nacional del Titicaca (Puno); Los Órganos (Piura); el Santuario Histórico de Machupicchu (Cusco); la Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras - sector Islas Cavinzas e Islotes Palomino (Callao); el Parque Nacional Tingo María (Huánuco); la Reserva Nacional de Lachay (Lima Provincias) y la Reserva Nacional de Paracas (Ica).

Cabe señalar que, el Parque Nacional de Tingo María ubicado en la región de Huánuco, fue incluido en el Top 100 de los Green Destinations Story Awards 2023, nominación que reconoce a destinos turísticos sostenibles que inspiren a través de sus historias de trabajo y crecimiento, ocupando el segundo puesto en la categoría “Comunidades prósperas”.

¿Qué programa han implementado para educar y concienciar a los turistas y a la población local sobre la importancia del turismo sostenible?

Promperú, dentro de sus competencias y como organismo encargado de la promoción del turismo, lanzó durante el 2023 una estrategia comunicacional denominada “El Turismo Ayuda”, la cual iba acompañada de las campañas



Paola Marín Ugarte
Directora de Promoción de Turismo de PROMPERÚ

de promoción del turismo interno, teniendo como objetivo recordar al viajero nacional acerca de la importancia de la actividad turística como factor clave para la reactivación económica de los destinos turísticos del país.

¿Cómo colabora Promperú con las comunidades locales en la promoción y desarrollo del turismo?

Estamos promocionando el turismo comunitario como uno de los principales productos turísticos en los mercados internacionales de Europa, donde destaca el mercado francés. Los turistas europeos en general se interesan mucho por conocer culturas auténticas y tener interacción con ellas. Por

ejemplo, realizan actividades cotidianas, comparten vivencias, tradiciones y costumbres propias de la comunidad anfitriona. Esto representa un ingreso adicional para su desarrollo.

Resaltar que, en el 2023, se lanzó una campaña de publicidad denominada “Turismo Comunitario” dirigida al mercado nacional, a través del cual se promocionaron 31 emprendimientos de turismo comunitario de las regiones de Áncash, Puno, Lambayeque, Arequipa, San Martín, Cusco, Cajamarca, Lima, Amazonas y Arequipa. Asimismo, en la actualidad se viene difundiendo información acerca de los emprendimientos de turismo comunitario del

país a través de la plataforma y redes sociales de “Y tú qué planes” (ytuqueplanes.com).

¿Qué acciones se están tomando para garantizar la conservación del medio ambiente y los recursos naturales desde sus actividades?

Promperú viene desarrollando acciones de promoción turística incorporando prácticas que contribuyen con la conservación de los destinos turísticos. Por citar un ejemplo, la Feria Gastronómica del Perú Mucho Gusto en Lima, la cual contó con Sello de Carbono Neutro, menaje biodegradable, estaciones de reciclaje, tachos de segregación y una campaña educacional “Perú Limpio” en conjunto con el Ministerio del Ambiente.

Asimismo, en las actividades a nivel internacionales, como las ferias y ruedas de negocio, se promueve el uso de materia reciclable en la construcción de los stands de promoción turística, así como el uso de medios digitales (tablets) a través QR en reemplazo de la folletería física.

¿Cómo contribuye un turismo sostenible al desarrollo económico y social de las comunidades locales?

La actividad turística dinamiza la economía local de pueblos y comunidades receptoras de turistas, impactando positivamente en ellos. Promperú busca que, a través de la promoción del turismo interno y receptivo, se consiga atraer un mayor flujo de turistas internacionales y generar viajes nacionales; a fin de contribuir con la mejora de ingresos económicos, generación de empleo y oportunidades de negocio para los actores involucrados en la cadena de valor del turismo, de la cual forman parte las comunidades locales.

¿Qué medidas están adoptando para promover el turismo desde la certificación y cumplimiento de estándares internacionales de sostenibilidad en la industria?

A través de redes sociales y plataformas web, difundimos los destinos turísticos que han sido reconocidos en los Green

Proyecciones para el 2024

El Perú y el sector turístico se encuentran en un proceso de recuperación, teniendo como gran meta para el presente año alcanzar los 3.1 millones de turistas internacionales, un 25 % más que el año pasado. Asimismo, se tiene proyectado alcanzar 41.6 millones de viajes nacionales, aprovechando momentos claves durante el año como festividades emblemáticas, feriados largos y fines de semana que permitan impactar económicamente en las regiones.

Destinations como son la Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotas y Puntas Guaneras - sector Islas Cavinzas e Islotas Palomino (Callao); Reserva Nacional de Lachay; Provincia Puno; Lago Titicaca; Distrito de Los Órganos; Reserva Nacional de Paracas; Santuario Histórico de Machupicchu; Parque Nacional de Tingo María; entre otros destinos.

Se viene difundiendo contenido sobre los 5 pueblos turísticos del Perú reconocidos por la OMT: Taquile (Puno), Chavín de Huántar (Áncash), Paucartambo (Cusco), Pozuzo (Pasco) y Chacas (Áncash), como los “Mejores Pueblos Turísticos del Mundo”; integrándose en la lista de “Best Tourism Villages”, edición 2023. Este reconocimiento se basa en su contribución al desarrollo y el bienestar de sus comunidades, y subraya el importante rol del turismo como motor de crecimiento.

¿También están impulsando productos turísticos que sean social y ambientalmente responsables?

Venimos difundiendo y posicionando destinos y productos turísticos que garanticen suficientes estándares de seguridad, calidad y sostenibilidad a nivel nacional e internacional; a través de campañas de promoción, ferias de

turismo, ruedas de negocio, viajes de prensa, viajes de familiarización, difusión en canales digitales y la colaboración a través de alianzas estratégicas con el sector privado.

¿Cómo cree que este enfoque puede mejorar la imagen del Perú como destino turístico a nivel internacional?

Promperú tiene un enfoque de promoción basado en la sostenibilidad e innovación a fin de continuar fortaleciendo la imagen país en los principales mercados internacionales, recuperar la cifras prepandemia y contribuir con la reactivación económica del sector. Es así que su enfoque se desprende en lo siguiente:

- Énfasis en el consumidor final (focalización en los viajeros internacionales y nacionales).
- Segmentación y tendencias del mercado: promoción de experiencias únicas (mar con la ola izquierda más larga del mundo, geografía de altura, mejor destino gastronómico del mundo), nómades digitales, promoción de destinos con prácticas sostenibles (Green Destinations).
- Priorización de canales digitales para las acciones de publicidad y presencia en plataformas de viajes como: Skyscanner, Expedia, Booking, Tripadvisor, Passporter App, entre otros.
- Mayor uso de marketing de influencers y líderes de opinión.

¿Cuáles considera que son los principales desafíos y oportunidades para el turismo sostenible en el Perú?

El principal desafío es alcanzar las cifras prepandemia de arribos y viajes de turistas, así como la recuperación de la confianza de la cadena comercial internacional la cual se vio dañada a causa de los últimos sucesos sociales, climáticos y epidemiológicos.

Como organismo buscamos aprovechar los reconocimientos internacionales otorgados por Green Destinations y The Best Tourism Village para seguir promoviendo a nivel nacional e internacional los destinos turísticos del Perú. ..

SEGURIDAD Y ESTABILIDAD PARA IMPULSAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN PERÚ



MARIO NAPRAVNIK PESCE
Gerente General Rainforest Expeditions

El Perú es reconocido destino sostenible a nivel mundial. Los visitantes quedan extasiados de nuestras maravillas naturales. No en vano la famosa Lista Top de los 100 mejores destinos sostenibles generalmente la incluyen 10 atractivos peruanos: Tambopata, Bahuaja Sonene, Manu, Pacaya Samiria, Pómac, Tingo María, Titicaca, Collica, Kuelap, Órganos. A estos galardonados destinos se suman maravillas como Choquequirao, Paracas o Machu Picchu, reconocida maravilla del mundo que el 2021 logró ser destino carbono neutral. La cereza en el pastel: Perú también es un destino gastronómico mundial.

Entonces, con tantas maravillas y reconocimientos, ¿por qué recibimos menos turistas que Uruguay o Chile? ¿Qué estamos haciendo tan mal?

Recordemos primero que el turismo logró con el esfuerzo de todos los peruanos del 2015 al 2019 aportar 4 % del PBI peruano. Se consolidó como la tercera fuente de generación de ingresos, con empleo formal y de calidad a más de 1 400 000 peruanos y beneficiar adicionalmente a más de 2 000 000 de peruanos.

El turismo tiene una gran potencialidad para ser una actividad sostenible, genera importantes ingresos en cada localidad donde se desarrolla, directo e indirecto; integra a los pobladores locales y comunidades en la actividad turística; atrae inversiones en esos destinos; oferta, valora y genera beneficios con nuestros recursos naturales y culturales, estimulando su protección y garantizando su sostenibilidad en beneficio de las comunidades locales. Promueve las danzas, gastronomía, música y otras manifestaciones artísticas

y culturales; impulsa la creación de nuevos emprendimientos turísticos que generan más empleo y crecimiento local, fomentando la progresiva mejora de la infraestructura de servicios, de vías de comunicación, conectividad, agua potable y alcantarillado, beneficiando finalmente a todos. Estimula un crecimiento responsable, sostenible, equilibrado con el medio ambiente, promoviendo incluso la restauración, conservación y uso responsable de zonas arqueológicas y naturales. En líneas generales, mejora la calidad de vida de todos los peruanos. Entonces, ¿por qué no es una de nuestras prioridades?

Con una caída del 73 %, Perú fue el país más afectado con el declive del turismo internacional hacia Sudamérica. Es la crisis más grave de los últimos 100 años y de los últimos en recuperarse.

Perdimos tiempo, mientras otros países se prepararon para la pospandemia con destinos seguros, innovadores, sostenibles y pusieron en marcha su maquinaria de promoción; el Perú decidió no invertir, no hacer promoción y no modernizar su propuesta turística acorde a las exigencias de hoy. Por el contrario, decidió retroceder 30 años, no invertir en marketing, regresar a vender 20 % de las entradas de Machu Picchu *in situ*, buses contaminantes, trenes obsoletos, bloqueos de aeropuertos, ciudades sitiadas por meses, inestabilidad política y a ello súmale la inseguridad ciudadana que vivimos día a día.

¿Cuál debe ser nuestra prioridad para recuperar el turismo en el Perú? ¿Promocionar los destinos sostenibles? ¿Resaltar Perú como un destino de aventura y naturaleza? ¿Un destino gastronómico? La respuesta es clara: no. Ahora nuestra prioridad debe ser primero transformar el país en un destino seguro, con estabilidad política y social; la paz y tranquilidad es la mejor herramienta para atraer visitantes. De nada valen inmensos esfuerzos por publicitarnos si luego nuestros visitantes quedan atrapados en sus destinos o suben en redes terribles imágenes de bloqueos o amenazas.

Así que necesitamos políticas claras, líderes con coraje y buen enfoque, con buena comunicación, escucha activa y responsable; innovadores y con mentalidad de crecimiento, que sea transparente y transmita confianza para así poder solucionar las divisiones y problemas que tenemos; lamentablemente hoy pocos líderes con esas virtudes nos acompañan. Esa es la primera misión de todos los peruanos: cambiar en favor del bienestar del Perú. ●●

TURISMO REGENERATIVO EN EL PERÚ: UNA MIRADA DE FUTURO



AMORA CARBAJAL SCHUMACHER
Consultora internacional y expresidenta
de Promperú

El Perú siempre ha sido un país sumamente atractivo para el turista de todo el mundo. Por su patrimonio cultural, su diversidad natural y geográfica, su gastronomía y tantas otras características únicas, nuestro país es un destino extraordinario por donde se le mire.

El turismo es un sector que genera puestos de trabajo, es inclusivo pues emplea a miles de mujeres, a diversas profesiones y a emprendedores sin distinción de ningún tipo y tiene la capacidad de dinamizar economías locales y regionales.

Sin embargo, no basta que el Perú sea un destino con todas las maravillas que podamos imaginar. Hoy los intereses de los turistas son mayores de los que pueda ofrecer un país por más amplia que sea su oferta. El turista actual es uno mucho más consciente y busca que el dinero que invierte en su viaje tenga un impacto más directo en el destino que visita; por ello, no debemos dejar de lado esa perspectiva.

Es así como surge el turismo regenerativo, el cual va más allá del concepto de turismo sostenible, pues propone que en un viaje “exista un balance neto positivo como resultado de la actividad turística y así transformar a las personas y al planeta”. Dicho de otra manera, no solo busca no hacerle daño al destino, al medioambiente ni a las comunidades, sino que tiene un escalón superior dado que entrega un mayor valor agregado al buscar hacer el bien y aprovechar el potencial de los destinos turísticos para crear efectos positivos, profundizando en generar mejores condiciones medioambientales

e impactar positivamente en la calidad de vida de los pobladores del destino.

Para el Perú es importante enfocarnos en el concepto de turismo regenerativo porque nos encontramos entre los 7 países más megadiversos del planeta. No somos un destino cualquiera, somos un país con una diversidad impresionante y es nuestra obligación cuidarlo para futuras generaciones; no obstante, somos muy vulnerables al cambio climático, y es ahí donde debemos poner nuestra mirada tomando previsiones. Debemos ser conscientes de que el clima y el turismo van de la mano. El clima es determinante para la toma de decisión de un viaje de vacaciones; ya sea para un destino de sol y playa, o de nieve y montaña, el clima es fundamental. El clima puede determinar el inicio de las vacaciones, su duración y su calidad. Por ello, nuestro enfoque debe centrarse en tomar acciones y mitigar los efectos negativos del cambio climático.

Somos un país con enorme potencial en materia turística, pero no llegamos aún en cifras de visitantes a competir con otros países de la región como Colombia, Argentina, República Dominicana o Brasil. Tenemos un enorme potencial de crecimiento, pero estamos muy lejos de ser un país como España que en 2023 recibió a más de 85 millones de turistas (siendo ese su año récord), o Italia con 61 millones, por poner solo dos ejemplos de países con muchísimo desarrollo y planificación turística.

Otro de los desafíos que viene de la mano con el turismo regenerativo es trabajar de la mano -realmente- entre sector público y privado; y también entre los propios privados, así como entre el propio sector público, buscando el desarrollo coordinado y el beneficio común.

En ese contexto, debemos ofrecer el destino Perú como un destino exclusivo con enfoque en sostenibilidad y en turismo regenerativo, visiones que generen una experiencia única y de alta calidad en el viajero; pero para ello debemos empezar a sensibilizar y a educar, no solo en mitigar los efectos del cambio climático, sino también poder medir la emisión de gases con efecto invernadero. Debemos anticiparnos y prevenir los daños al entorno, así como proteger el ecosistema y biodiversidad del destino. Debemos trabajar ordenadamente entre los distintos sectores y enfocarnos en aspectos propiamente de gestión de los negocios del sector turístico alineándolos con el concepto de turismo regenerativo. Veamos más allá del corto plazo, busquemos dejar un beneficio al país y a las comunidades, pensando siempre en nuestras próximas generaciones. ..

ALTAS TEMPERATURAS EN PERÚ: ANTECEDENTES, IMPACTOS Y PROYECCIONES



MAYRA ARAUCO
Directora de la Carrera de Ingeniería
Ambiental de ESAN

El Fenómeno de El Niño ha condicionado a que, desde finales del año pasado, experimentemos altas temperaturas en la capital y en otras regiones del Perú. Tomando como punto de partida los números de la radiación solar en Lima, abordaremos ciertos aspectos que nos permitirán entender el historial climático, el impacto actualmente y qué se aproxima en este territorio.

Si miramos al pasado y observamos las cifras de temperaturas, vemos que históricamente han sido más moderadas en el país. Por ejemplo, en los últimos años, los picos de temperatura en Lima raramente excedían los 30 grados Celsius. Hoy la realidad es distinta, pues la tendencia al aumento de temperaturas se alinea con el patrón global de calentamiento, pero es exacerbada localmente por el Fenómeno de El Niño.

Bajo esa línea, tengamos en cuenta que El Niño trae un importante impacto en nuestro clima, ya que es un factor natural que ocasiona el calentamiento inusual de las aguas superficiales en el Océano Pacífico Ecuatorial y altera los patrones climáticos habituales, dando como resultado temperaturas más altas y cambios en los patrones de precipitación. Es así que, este 2024, este fenómeno viene generando un efecto directo en las temperaturas y precipitaciones en diversas regiones del país, incluyendo la costa norte y centro.

Ahora, profundicemos en los impactos que pueden acontecer por las elevadas temperaturas en Lima, respecto a la sociedad y al medioambiente:

- **Salud pública:** el aumento de las temperaturas, especialmente con picos alrededor de 33 grados, podría conducir

a un aumento en los casos de deshidratación, golpes de calor y agravamiento de enfermedades respiratorias y cardiovasculares.

- **Agua y agricultura:** las temperaturas elevadas podrían afectar la disponibilidad de agua, lo que a su vez impactaría en el consumo humano y en la agricultura. Esto puede traducirse en estrés hídrico y afectar la productividad agrícola, particularmente en cultivos sensibles a cambios de temperatura.
- **Biodiversidad:** los ecosistemas locales podrían enfrentar estrés, perjudicando la flora y la fauna nativas. De esa manera se podría conducir a cambios en los ciclos de vida de especies importantes y alterar las interacciones ecológicas.

Medidas de adaptación y mitigación para afrontar el impacto:

- Mejorar la infraestructura urbana para manejar el calor extremo, es crucial. Tomar esta acción debe incluir la creación de espacios verdes, techos y paredes reflectantes, así como sistemas de enfriamiento eficientes en edificaciones.
- Optimizar la gestión y el uso del agua, a través de sistemas de riego eficientes en la agricultura, reciclaje de agua y conservación de fuentes de agua naturales.
- Implementar programas educativos centrados en la adaptación al cambio climático y el uso eficiente de recursos. En esa misma línea, fomentar la concienciación sobre las prácticas sostenibles en hogares y empresas.
- Fortalecer los sistemas de salud pública y respuesta de emergencias para gestionar los efectos del calor extremo, incluyendo campañas de concienciación sobre los riesgos de altas temperaturas y establecer centros de enfriamiento comunitarios.

Habiendo narrado el antecedente climático y la coyuntura de las altas temperaturas, veamos qué se proyecta de manera oficial: se espera que el Fenómeno de El Niño costero continúe afectando las condiciones climáticas hasta fines del verano de 2024; mientras que Lima espera picos de alrededor de 33 grados Celsius, lo que representa un incremento significativo respecto a las temperaturas habituales para la región. ..

RANKING MERCO ESG 2023: LAS EMPRESAS MÁS RESPONSABLES DEL PERÚ

Esta es la doceava edición del Ranking Merco para el país. Nuevamente, Interbank lidera el listado de las empresas más responsables del Perú. Además, aparecen como nuevos ingresos Cálidda y UPC en el top 10.

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa presentó el pasado mes de enero, a través de un webinar, su Ranking Merco Responsabilidad ESG 2023 con las 100 empresas con mejor desempeño medioambiental, social y de gobierno corporativo en el país.

Dentro de su doceavo reporte destacan compañías como Interbank, organización que ocupa el primer lugar por segundo año consecutivo. Le siguen Banco de Crédito del Perú (2º), Natura – Avon (3º) y Backus Ab InBev (4º). Asimismo, Cálidda y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) resaltan como nuevos ingresos dentro del top 10 de este listado.

Cabe mencionar que Merco Responsabilidad ESG es un ranking que analiza la percepción del entorno sobre las distintas organizaciones que operan en el país. La investigación posee una metodología *multistakeholder*, con seis evaluaciones y 23 fuentes de información: directivos, expertos y población general. Para esta edición, en total se realizaron 31 444 encuestas.

Evolución de los términos ESG

José María San Segundo, CEO de Merco, se refirió a la evolución de la terminología ESG en el mercado, tomando como referencias determinados artículos de *The Wall Street Journal* y *Financial Times*. Ante este escenario, señaló que “Merco quiere hacer cambios pequeños» por lo que mantendrán el nombre de su Ranking Merco Responsabilidad ESG.

«Nosotros no vamos a quitar el concepto de ESG por ahora, porque entendemos que es un buen adjetivo del

concepto. ¿La ESG ha muerto? No, viva la responsabilidad. Creemos en la responsabilidad ESG. Creemos que las empresas deben ser responsables y el concepto ESG lo mantendremos», manifestó durante su participación.

Por otro lado, indicó que la responsabilidad no es una opción para las empresas, sino una condición de permanencia en el mercado. «La responsabilidad (ESG) es una tendencia corporativa, una exigencia legal y una demanda social tan creciente como imparable y, como tal, se debe buscar un equilibrio entre los objetivos corporativos y las demandas sociales hacia las empresas», comentó José María San Segundo.

En el webinar, también se presentó el listado de empresas que mejor des-

empeño han obtenido en cada uno de los factores ESG. Es así que en medio ambiente (E), relacionado con todos los impactos comerciales que tiene una organización, Natura – Avon, Backus AB InBev y AJE encabezaron los tres primeros lugares, respectivamente.

En cuanto al ámbito interno, clientes y sociedad (S), Interbank, Banco de Crédito del Perú y Alicorp son las compañías que lideran el listado en ese orden. Finalmente, a nivel ético y de gobierno corporativo (G), referido a un conjunto de principios que adopta una empresa para una gestión responsable, transparente y ética, Interbank, BBVA y Banco de Crédito del Perú estuvieron en los tres primeros lugares, respectivamente.



Posición 2023	Empresa	Puntuación	Posición 2022
1	Interbank	10.000	Mismo puesto
2	Banco Crédito del Perú	9.605	4
3	Natura - Avon	9.265	2
4	Backus Ab InBev	8.924	3
5	BBVA	8.906	6
6	Ferreycorp	8.821	5
7	Alicorp	8.196	Mismo puesto
8	Nestlé	7.964	9
9	Cálidda	7.898	Nuevo ingreso
10	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	7.746	Nuevo ingreso

PRIMAX SUBE 26 POSICIONES EN EL TOP 100 DE EMPRESAS MÁS RESPONSABLES DEL RANKING MERCOS RESPONSABILIDAD ESG 2023

Además, la empresa ocupa el 2do lugar del ranking entre las empresas del sector de petróleo y gas.



En la reciente edición del Ranking Merco Responsabilidad ESG 2023, PRIMAX destacó por escalar 26 posiciones y ubicarse en el puesto 60 de las empresas más responsables del país, y la N° 2 en el sector de petróleo y gas, reflejando así su compromiso por los criterios de responsabilidad social, ambiental y buen gobierno corporativo como ejes centrales de sus iniciativas de estrategia empresarial.

“Trabajamos día a día para crear un futuro más sostenible, nuestro compromiso se ve reflejado en impactar de manera positiva la vida de más personas. La práctica de la sostenibilidad está presente en la creación de valor compartido para todos, colocando al centro de todas nuestras iniciativas a nuestros clientes y comunidades”, destacó Yuri Proaño, Country Manager PRIMAX Perú.

En cumplimiento con su programa de Responsabilidad Social y Sostenibilidad “Energía Que Nos Conecta”, PRIMAX viene implementando iniciativas en promoción del bienestar de las comunidades y el desarrollo de la cadena de valor, trabajando bajo los pilares de medio ambiente, inclusión y apoyo social. Así, la marca líder del sector ha desarrollado iniciativas para hacer frente al cambio climático como jornadas de arborización, limpieza de playas, concursos de movilidad sostenible, así como la implementación de composteras en dos plantas de la compañía donando los residuos orgánicos procesados a huertos comunitarios.

Además, como parte de su propuesta de valor en el negocio, PRIMAX ha desempeñado un rol significativo en la

masificación del gas natural, estableciendo la red más extensa de estaciones de carga de GNV a nivel nacional. Son 75 estaciones de servicio distribuidas en todo el territorio peruano las que están equipadas con un sistema integral de eficiencia energética, acompañando la transición energética para una movilidad más sostenible y con acciones concretas para hacer frente al cambio climático. Y, a través de colaboraciones estratégicas con socios clave, la marca PRIMAX cuenta con el primer punto de suministro de Gas Natural Licuado-GNL en el país, demostrando su compromiso con la innovación y ofreciendo servicios de calidad.

Enfocados también en el desarrollo e inclusión de sus colaboradores, la compañía generó nuevas oportunidades para los mayores de 50 años gracias a su programa PRIMAX Senior; ¡capacitó y brindó ofertas laborales a personas con habilidades diferentes en las tiendas LiSTO! con su programa Yo soy PRIMAX, e implementó tres laboratorios de cómputo en beneficio de más de 540 niños y jóvenes de educación especial, sumándose, además, a diferentes iniciativas sociales de sus clientes mineros.

Este reconocimiento representa un nuevo reto que motiva a PRIMAX a seguir trabajando y apostar más allá de la comercialización, incorporando acciones sostenibles con miras a crear un ecosistema de valor que transforme la vida de las personas.●●

RANKING MERCO ESG 2023: SODIMAC SE CONSOLIDA EN EL PRIMER LUGAR DEL SECTOR RETAIL

Dicha posición se logró a partir de las acciones que la marca ha realizado en los últimos años, como por ejemplo la implementación de Puntos Limpios, Ferias de Capacitación y Gestión Territorial.



Dicha posición se logró a partir de las acciones que la marca ha realizado en los últimos años, como por ejemplo la implementación de Puntos Limpios, contenedores centralizados en las tiendas para promover el reciclaje con los clientes; Ferias de Capacitación, dirigidas a fortalecer la propuesta de valor del cliente profesional; Gestión Territorial, enfocada en mantener relaciones de confianza con comunidades aledañas a la compañía, entre otras iniciativas.

Los resultados del ranking se anunciaron el 31 de enero de este 2024 través de una ceremonia virtual presidida por Miguel Solano, director de Merco Perú, y José María San Segundo, CEO de Merco. Cabe destacar que la metodología Merco se realiza de la mano de la empresa auditora KPMG. ..

La cadena de tiendas de mejoramiento del hogar, Sodimac Perú, logró por segundo año consecutivo el primer lugar del ranking en el sector retail y escaló 6 posiciones en el listado general, ocupando en esta oportunidad, el puesto 16 del ranking Merco ESG 2023. Como se sabe, este ranking evalúa tres dimensiones de la responsabilidad empresarial: gestión ambiental, gestión social, y buen gobierno corporativo.

“Estamos muy contentos y orgullosos de estos resultados. La sostenibilidad se gestiona de forma transversal a nuestra operación y nos enfocamos en entender e impactar de forma positiva a cada uno de los *stakeholders* que forman parte de nuestra cadena valor. Asimismo, estamos alineados a nuestro propósito de ‘Simplificar y disfrutar más la vida’, el cual nos invita a ser cada vez más responsables con la sociedad y nuestro entorno”, comentó Wilhelm Ramberg, gerente general de Sodimac Perú.

La sostenibilidad se gestiona de forma transversal a nuestra operación.



“EL RANKING MERCO EVIDENCIA QUE NUESTRA ACTUACIÓN HA TRASCENDIDO A NUESTRAS OPERACIONES”

Mirtha Rodríguez, directora corporativa de HSSEQ y Sostenibilidad de Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú – KMMP, conversa sobre la inclusión de la compañía en el Ranking Merco Responsabilidad ESG del 2023. Asimismo, señala qué iniciativas impulsarán este año desde su estrategia de sostenibilidad.

● ¿Cómo toman desde su compañía haber sido incluida en este ranking 2023?

La inclusión en el Ranking Merco ESG 2023 evidencia que nuestra actuación ha trascendido a nuestras operaciones y ha sido eficazmente comunicada a todos nuestros grupos de interés, quienes reconocen nuestros esfuerzos. Ello nos llena de orgullo, puesto que somos conscientes que nuestra actividad debe contribuir al bienestar y el desarrollo de la sociedad, de nuestros grupos de interés y al cuidado y preservación del

medio ambiente guiados por nuestra ética empresarial.

¿Dónde diría que encontraron la clave para impulsar la estrategia de sostenibilidad de KMMP?

En KMMP el liderazgo es clave en todo proceso y actividad. Por ello, frente a los ambiciosos propósitos que nos plantea nuestra estrategia de sostenibilidad, el contar con un Comité de Sostenibilidad, conformado por la alta gerencia, así como con el compromiso de nuestros champions de sosteni-

bilidad ha sido crucial para lograr los avances que nos propusimos.

¿Qué aspectos han impulsado durante el año pasado en su estrategia ESG?

Cada uno de nuestros pilares ha contado con diversas iniciativas; en lo que respecta a Medio Ambiente, contamos con una hoja de ruta al 2030 en la cual uno de nuestros frentes es la gestión de gases de efecto invernadero planteándonos la meta retadora de reducir nuestras emisiones en un 30 % para el 2030. En esta línea, por dos años conse-



cutivos, hemos logrado reducir nuestra huella de carbono en nuestra sede principal ubicada en el Callao, verificado por una firma independiente y hemos sido premiados por el Ministerio del Ambiente (MINAM) obteniendo la máxima puntuación, la cuarta estrella de su Programa Huella de Carbono Perú.

¿Qué resalta desde el factor “S” el año anterior?

En el Pilar Social trabajamos de la mano con clientes como Anglo American - Quellaveco, Las Bambas y Antapaccay para generar valor compartido. Con este último, trasladamos a 10 jóvenes de su área de influencia, que es Corocohuayco, para entrenarlos, capacitarlos y que realicen sus prácticas, los primeros meses en nuestra sede de Pucusana para luego culminar las mismas en el servicio que brindamos en Antapaccay. Posterior a estos meses de full entrenamiento, hoy la mitad de estos jóvenes están trabajando con nosotros. De esta manera, de la mano con nuestros clientes, potenciamos las habilidades de los jóvenes y elevamos su calidad de vida.

Diversidad e inclusión, así como la gestión de riesgos son clave. ¿Qué avanzaron al respecto?

Dentro del Pilar de Diversidad & Inclusión trabajamos con programas bandera tales como CEO por un día, Mentoría para futuras lideresas, Talento Warmi fuerza que inspira y nos enorgullece haber culminado el 2023 con un 26 % de mujeres en posiciones de liderazgo.

Finalmente, pero no menos importante, dentro del Pilar de Integridad se desarrolló e hizo de conocimiento público nuestra Política de Derechos Humanos y la elaboración de nuestra matriz de DD. HH., parte integral de la matriz de riesgos de nuestra compañía.

¿Qué impulso le dan a la diversidad e inclusión en sus políticas?

Conscientes del enorme desafío de nuestra industria en materia de diversidad e inclusión, desde KMMP hemos emprendido un camino trans-

formador. Por ello, contamos con una hoja de ruta en D&I al 2026. En materia de enfoque de género, esperamos aumentar la cantidad de mujeres en la compañía, tanto en posiciones operativas como en posiciones de liderazgo. Para lograrlo contamos con nuestro Comité de Diversidad e Inclusión, liderado por el CEO de la compañía, que evalúa de manera bimensual los avances de los planes de acción de nuestro plan estratégico.

¿Alguna iniciativa en específico que destacaría en esta estrategia?

Destaca en el pilar de D&I la formación técnica y el desarrollo de habilidades blandas, que se materializan en el admirable trabajo realizado por 11 mujeres técnicas involucradas en el ensamble del primer camión 980E-5SE, con motor QSK95 de 4400HP en las instalaciones de nuestro cliente Antamina. Esta es la primera vez en el país que se lleva a cabo el armado de un camión por un equipo únicamente conformado por mujeres. Esta hazaña, es el reflejo de nuestro compromiso con la diversidad e inclusión, y marca un hito en nuestra ruta hacia un sector más equitativo, con igualdad de oportunidades y sostenible.

¿Qué ámbitos ESG impulsarán más este 2024 por lo retos que son o el rol en su core business?

Tenemos objetivos desafiantes en cada uno de nuestros pilares de sostenibilidad, así por ejemplo, desde el punto de vista ambiental nos vamos a enfocar en el establecimiento de Acuerdos de Producción Limpia junto al MINAM como parte de nuestro frente de economía circular. Continuaremos trabajando en nuestro proyecto de sucursales ambientalmente responsables que buscan ir más allá del cumplimiento legal. Esperamos mantener la cuarta estrella del programa Huella de Carbono Perú del MINAM.

En lo que respecta al Pilar Social, para este 2024 estamos ampliando nuestra alianza con Senati con quienes actualmente venimos trabajando con enfo-

que en la carrera de mantenimiento de maquinaria tanto en el sur del país con nuestro programa Technical Education for Communities – TEC y en la capital Lima. Ahora nos vamos a enfocar en el norte del país para trabajar de la mano con Senati Trujillo, cuya zona de influencia abarca empresas como Antamina, Miski Mayo, Yanacocha, entre otros.

¿También han incluido a jóvenes en sus programas?

Este año estamos lanzando el programa de oficios para jóvenes de las zonas de influencia de nuestros clientes mineros como Antapaccay y Miski Mayo de tal manera de preparar a jóvenes que hayan culminado el quinto de secundaria.

En lo que respecta al Pilar de Diversidad e Inclusión nuestro enfoque está en incrementar el número de mujeres en nuestras operaciones, para ello se están trabajando en diversas iniciativas desde nuestro comité de D&I. Este año se lanzará el programa mentoría para el éxito en donde talento femenino y masculino de la compañía será preparado en habilidades blandas contando con mentores y mentoras que forman parte de la alta gerencia de la compañía.

¿Tienen planeado poder participar en un mecanismo potente como es el de Obras por Impuestos?

Tenemos como plan participar en Obras por Impuestos, para ello primero tenemos que explicar a nuestras casas matrices en qué consiste el mecanismo para que puedan entenderlo. El mecanismo de Obras por Impuestos es importante pero es una singularidad de Perú; por tanto, el desafío que tenemos como equipo este año es poder presentar y explicar el mecanismo a nuestra casa matriz y obtener las aprobaciones para poder avanzar. Nuestro interés es genuino más aún considerando que nuestros clientes mineros están interesados en que sus proveedores también participen en Obras por Impuestos..

ACEROS AREQUIPA

ESCALA 22 POSICIONES EN EL RANKING DE MERCOS RESPONSABILIDAD ESG 2023

Con el puesto 27, la Corporación Aceros Arequipa (CAASA) es la única compañía siderúrgica del país reconocida en la edición 2023 del monitor empresarial más importante de Iberoamérica.



La Corporación Aceros Arequipa (CAASA) obtuvo el puesto 27 de las 100 empresas líderes en sostenibilidad en el Perú dentro del Ranking Merco Responsabilidad ESG 2023. La compañía se consolidó por tercer año consecutivo como la líder y única compañía siderúrgica peruana incluida en el ranking.

La corporación escaló 22 posiciones en comparación al año anterior, uniéndose al Top de las 30 empresas más responsables del Perú.

“Es un gran orgullo para CAASA estar entre las 30 empresas más responsables del país. Desde su fundación, hace 60 años, CAASA ha estado comprometida con la sostenibilidad, su gente y la calidad de sus productos. Esto siempre nos ha impulsado a luchar por nuestros objetivos dejando un impacto positivo”, señaló Tulio Silgado, CEO de CAASA.

U Nos enorgullece saber que este es un reconocimiento al trabajo que venimos haciendo.

Aceros Arequipa implementa constantemente estrategias integrales de sostenibilidad que impactan en toda la cadena de valor de la compañía, desde la recolección de chatarra ferrosa reciclada hasta los sistemas de eficiencia para reducir la merma de las operaciones; tal como sucede con el programa de reutilización de polvo de acería.

“Nos enorgullece saber que este es un reconocimiento al trabajo que venimos haciendo para implementar la sostenibilidad en todos los procesos de la compañía. Gracias a ello, hemos logrado es-

calar varias posiciones en este ranking: 45 posiciones desde el 2021, para ser precisos”, acotó.

Sobre el Ranking Merco Responsabilidad y ESG 2023

El ranking evalúa los distintos aspectos de las empresas que son mencionadas en cada edición. Este año el análisis fue realizado en base a 31 mil 444 encuestas aplicadas de la mano con Datum International a directivos, expertos en RSC, analistas financieros, consumidores, autoridades, encargados de gestión de personas, sindicatos, periodistas, entre otros..

CAJA AREQUIPA CONSOLIDA SU PRESENCIA EN RANKING MERCOS ESG

Escala 30 posiciones en el ranking general y se posiciona como la entidad de mayor crecimiento en el último año.

Caja Arequipa se ubica en el puesto 31 en el ranking Merco ESG del Perú y se consolida, por quinto año consecutivo, como la única entidad de microfinanzas en las 100 empresas destacadas y en el top 5 del competitivo sector bancario. Tras brindar los resultados generales, los representantes del monitor Merco resaltaron que en esta última edición se observó un mejor desempeño en los ejes que evalúa el ranking, elevándose la competitividad en los diferentes sectores empresariales.

En el caso de la entidad arequipeña, este año Merco incorporó 3 rankings en los que Caja Arequipa alcanzó las posiciones 33, 27 y 35, en los ejes ESG (por sus siglas en inglés) Ambiental: Responsabilidad y buenas prácticas en el cuidado del medio ambiente; Social: Impacto en los grupos de interés, clientes y trabajadores; y Gobernanza: Ética y gobierno corporativo; respectivamente.

La evaluación realizada por el monitor Merco ESG es una de las más completas del mundo, aplicando criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo como un valor diferencial entre las empresas. En esta edición, se consideró más de treinta mil encuestas, consultó veinticinco fuentes de información para treinta y dos sectores. A través de esta rigurosa evaluación, Caja Arequipa supo destacar por su estrategia de sostenibilidad la cual es transversal al negocio y alineada a su propósito social de trascender positivamente en la vida de las personas y el medioambiente, objetivo prioritario puesto en marcha por la entidad hace 5 años y que complementa la excelente labor de las finanzas inclusivas en fa-



Solo en enero de 2024, Caja Arequipa ha sumado cuatro importantes reconocimientos nacionales e internacionales en materia de sostenibilidad.

vor de los miles de clientes que atiende a nivel nacional.

Trascendiendo con propósito e impactando en el sector

Solo en enero de 2024, Caja Arequipa ha sumado cuatro importantes reconocimientos nacionales e internacionales en materia de sostenibilidad. A inicios de mes, se convirtió en la primera caja en recibir la segunda estrella del programa de Huella de Carbono del Ministerio del Ambiente, y dos semanas después, hizo lo propio sumando una nueva estrella, marcando el hito de ser la primera y única microfinanciera en el Perú en

alcanzar dicha distinción por su manejo responsable de residuos y gestión de tecnologías limpias en favor del medioambiente.

A su vez, también, en mérito a su destacado desempeño social y ambiental, recibió la distintiva calificación SA por parte de la agencia internacional MicroFinanza Rating. Finalmente, la entidad arequipeña cierra un exitoso mes de enero, siendo la empresa de mayor crecimiento en el ranking ESG del Perú escalando 30 posiciones hasta el puesto 31, en este último año, ubicándose en el top 5 del ranking del competitivo sector bancario..

NTT DATA SE UBICA ENTRE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN PERÚ POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

NTT DATA se posicionó en el puesto 22º de la vigésima segunda edición de la lista de Los Mejores Lugares Para Trabajar™, lo que demuestra su compromiso por ofrecer una experiencia de trabajo de estándares mundiales a sus colaboradores.

NTT DATA fue reconocida por segundo año consecutivo como uno de Los Mejores Lugares Para Trabajar™ en Perú 2024 en la categoría de más de 1000 empleados en el ranking de Great Place To Work® (GPTW™).

La primera consultora en tecnología del Perú* se posicionó en el puesto 22º de la vigésima segunda edición del ranking, ascendiendo 2 ubicaciones, formando parte nuevamente de Los Mejores Lugares Para Trabajar™ en el país, reforzando su compromiso por ofrecer una experiencia de trabajo de estándares mundiales a sus colaboradores.

Durante los últimos años, NTT DATA ha implementado programas enfocados en desarrollar el talento de sus colaboradores. Para fortalecer su *engagement* y potenciar su experiencia, la compañía ofrece capacitación constante, desarrollo de carrera en diferentes unidades de la empresa, y políticas de trabajo remoto.

Ante este reconocimiento, Mariella Escarcena Ballón, People Director en NTT DATA Peru & Ecuador, mencionó: “Siento orgullo de nuestro equipo y de todas las personas que forman parte de NTT DATA Perú por haber conseguido este logro tan significativo. Estar por segundo año consecutivo en la lista de las mejores empresas para trabajar representa un reto continuo que implica una mayor exigencia, para mantener y sobre todo mejorar nuestras prácticas de gestión de personas”.

“Como compañía, mantenemos nuestra esencia poniendo foco en las personas, y a la par incorporamos nuevas



metodologías de gestión de la mano con la tecnología. Nuestra línea base cada vez es más alta así como la expectativa de nuestros colaboradores de encontrar en NTT DATA no solo el mejor lugar para trabajar, sino el mejor lugar para crecer”, acotó.

Por su parte, Javier Hoyle, CEO de NTT DATA Perú, manifestó: “Ser reconocidos por segundo año dentro de la lista de GPTW™ es un logro colectivo, y nos motiva a seguir trabajando para convertir a NTT DATA en una de las mejores empresas de tecnología donde trabajar en Perú”.

Además de este logro en Great Place To Work®, NTT DATA recibió la certificación del Top Employers Institute como Global Top Employer 2024 por sus excelentes políticas y prácticas de personal en todo el mundo, al tiempo que recibió por segundo año consecutivo la certificación regional para Latinoamérica. Ambas certificaciones demuestran cómo NTT DATA mantiene la consistencia de sus programas durante los últimos años, y que los mismos son

valorados positivamente por sus colaboradores.

Great Place To Work™ 2024

Great Place to Work® Perú anunció la lista de “Los Mejores Lugares para Trabajar™ en Perú, 2024”, el último miércoles 31 de enero a través de su canal en YouTube.

Para este listado, la empresa de consultoría internacional evalúa la calidad del ambiente laboral de las empresas y ayuda a las organizaciones a identificar, crear y mantener grandes lugares de trabajo, a través del desarrollo de culturas con altos niveles de confianza. En esta edición participaron más de 200 organizaciones de diversos sectores económicos.

Una empresa certificada por Great Place To Work® es una organización comprometida en proporcionar constantemente un ambiente de trabajo positivo, solidario y de alta confianza. ..

*Fuente: IDC Perú Semianual Services Tracker, 2023



POR ÚRSULA VEGA
Imagen & Relaciones Públicas

DC PARTNERS REUNIÓ A SUS PRINCIPALES STAKEHOLDERS PARA HABLAR SOBRE ECONOMÍA PERUANA Y LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EE.UU.

DC Partners organizó un almuerzo donde reunió a sus principales *stakeholders* del mercado de bienes raíces para abordar el escenario económico en Perú. El evento estuvo encabezado por Aurelio Tonani, representante de DC Partners en Latinoamérica; Emilio Guzmán, VP ejecutivo y jefe de relaciones con inversionistas; Daniel Serna, abogado migratorio internacional; y Daniel Macera, a cargo de la presentación y director del Banco Central de Reserva del Perú. La jornada contó con la asesoría y organización de Úrsula Vega, relacionista pública especializada en el segmento corporativo con reconocida red de contactos.



Aurelio Tonani, Emilio Guzmán y Daniel Serna.



Manuel Salazar, Fernando Fort, Manuel Yzaga y Fabio Tonani.



Diego Macera, speaker invitado.



Los presentes obtuvieron un panorama de la economía nacional.

ALIANZA ENTRE NESTLÉ Y SINBA PERMITIRÁ RECICLAR POR PRIMERA VEZ PLÁSTICO FLEXIBLE EN EL PERÚ

Esta iniciativa representa un hito para la economía circular en el Perú, ya que, hasta el momento no existía una infraestructura de reciclaje en Perú capaz de proporcionar una dirección práctica para los envases flexibles.

Los empaques flexibles son el método más económico para empacar, conservar y distribuir alimentos, bebidas y otros productos que necesitan una vida útil más larga, en la industria alimentaria. Sin embargo, por su bajo costo y alta funcionalidad, se utilizan para todo, desde fruta fresca hasta carne, alimentos secos, dulces, bebidas, productos de cuidado personal, artículos de papelería, herramientas, productos electrónicos, entre otros. Sin embargo, estos productos son de un solo uso o desechables, con muy poco reciclaje, además, son el segmento de mercado más desafiante para abordar el camino de una economía circular para los plásticos.

En respuesta a la creciente preocupación por la contaminación derivada de los residuos sólidos, Nestlé Perú ha venido intensificando sus esfuerzos en la materia de sostenibilidad, ahora, con un enfoque especial en la gestión y aprovechamiento de los empaques flexibles.

“Hoy, se marca un hito. Hasta el momento no existía una infraestructura de reciclaje en Perú capaz de proporcionar una dirección práctica para los envases flexibles”, señaló Javier Texido, gerente general de Nestlé Perú. Con el compromiso de abordar esta problemática de manera efectiva, Nestlé Perú anunció la firma de un convenio con Sinba que permitirá mejorar la infraestructura, tecnología y cultura de reciclaje mediante la instalación de una planta de recuperación y valorización de plásticos complejos de reciclar, tanto rígidos como flexibles.



Nestlé Perú y Sinba firman alianza para reciclar por primera vez plástico flexible en el Perú.

“Hay plásticos que son reciclables - como las botellas- y es porque hay una infraestructura para poder reciclarlos; sin embargo, en el caso de embalajes flexibles - que son los empaques que tiene Nestlé: galletas, chocolates, helados - por sus características de composición de los diferentes tipos de plásticos y láminas, son de difícil reciclabilidad. Además, no hay una industria detrás que los recicle, entonces, son empaques que tienden a quedarse en el medio ambiente”, agregó Javier Texido.

De acuerdo con Javier Texido, a nivel nacional se producen al menos 44 mil toneladas de embalaje flexible al año, de las cuales más de 2000 toneladas son de Nestlé. “Esta infraestructura aportará al 15 % de reciclaje del emba-

laje flexible producido por Nestlé, y si funciona exitosamente además de que las cifras incrementarán, otras compañías se podrán sumar.

Por su parte, Pipo Reiser, gerente general y cofundador de Sinba, precisó que el objetivo del convenio es desarrollar una planta que será incorporada a un Centro de recuperación de materiales denominado Centro Inclusivo de Recuperación Circular (CIRC), la cual ayudará a transformar plásticos que en el Perú son difíciles de reciclar - como los empaques flexibles, además, no tienen una industria de reciclaje. “Con este proceso lograremos transformar los empaques flexibles en un material que se asemeja a una tabla, versátil y duradero y sobre

todo que es hecho de 100 % de plástico reciclado y es 100 % reciclable.

La firma del convenio, llevada a cabo el jueves 01 de febrero de 2024, marca un antes y después en la lucha contra la contaminación por residuos plásticos en el país. Este acuerdo establece las bases para un proyecto conjunto que se enfocará en la gestión y aprovechamiento de empaques flexibles, abordando de manera directa la falta de infraestructura de reciclaje para estos materiales en el Perú.

Nestlé Perú se establece como la primera empresa de consumo masivo en liderar soluciones concretas ante la problemática de los plásticos, demostrando su compromiso ambiental, a través de un enfoque de Creación de Valor Compartido. “Nos embarcamos en un trayecto hacia la regeneración, dando un paso más allá. Este convenio no solo enfrenta los desafíos de los empaques flexibles, sino que también subraya el compromiso de Nestlé en la búsqueda constante de soluciones innovadoras para el reciclaje de diversos materiales”, añadió Javier Texido, gerente general de Nestlé Perú.

“El proyecto propone implementar una iniciativa pionera. Su objetivo principal es acelerar y fomentar la recuperación de residuos plásticos diversos, transformándolos en materias primas de alta calidad. Estas materias primas se utilizarán en la

Hoy, se marca un hito. Hasta el momento no existía una infraestructura de reciclaje en Perú capaz de proporcionar una dirección práctica para los envases flexibles.

fabricación de productos versátiles y duraderos, contribuyendo así a cerrar el ciclo de vida de los empaques flexibles”, indicó Pipo Reiser, gerente general y cofundador de Sinba.

La firma del convenio contó con la presencia de representantes clave de ambas organizaciones, destacando la importancia estratégica de esta alianza. Nestlé Perú y Sinba marcan un paso fundamental hacia un futuro más sostenible para nuestro país.

Envases flexibles serán convertidos en materiales de construcción

La economía circular busca maximizar el valor de los recursos mediante su reutilización, reciclaje y renovación. En lugar de seguir un modelo lineal de “extraer, fabricar, usar y desechar”, la economía circular promueve la idea de mantener los productos, componentes y materiales en uso durante el mayor tiempo posible, minimizando así la necesidad de nuevos recursos y reduciendo la presión sobre los ecosistemas naturales.

En este sentido, Nestlé en su compromiso con la economía circular tiene como objetivo que esos envases flexibles, sean transformados en materiales similares al ladrillo a fin de que puedan utilizarse para la construcción. “Para lograrlo contamos con el Centro Inclusivo de Recuperación Circular (CIRC), una planta de recuperación de material reciclado a través de la cual los recicladores que vienen por décadas trabajando en este rubro podrán comercializar los productos que recuperarán a través de un modelo de comercio justo”, explicó el gerente general de Sinba.

Gracias a esta iniciativa de Nestlé y Sinba, los recicladores tendrán el beneficio de los Sinba puntos – que son como los puntos bonus del reciclaje-, donde además de recibir un buen pago, obtendrán puntos que podrán canjearse por productos o servicios que los ayudarán a trabajar de manera más segura, con asesoría contable, asesoría legal, o lo necesario para lograr la formalidad y la profesionalización. ..



MUJERES EN RED

MOVISTAR IMPULSA LA EQUIDAD EN LABORES TÉCNICAS DE TELECOMUNICACIONES

Programa organizado en conjunto con las empresas contratistas de Movistar fomenta la empleabilidad y capacitación de mujeres en el sector telecomunicaciones. Siete técnicas de La Libertad fueron reconocidas por su destacada labor por la Presidenta CEO de Telefónica del Perú.

Como parte de su visita a la región de La Libertad a fines de enero, Elena Maestre, presidenta CEO de Telefónica del Perú, se reunió con parte del equipo de técnicas del programa 'Mujeres en Red', iniciativa de Movistar y sus empresas contratistas para impulsar la equidad en las telecomunicaciones, fomentando la empleabilidad y capacitación de mujeres en este rubro.

Siete técnicas integrantes de 'Mujeres en Red' fueron reconocidas por su destacada labor así como también por su contribución, gracias a su trabajo, con la transformación digital del norte del país. Las técnicas reconocidas fueron

las siguientes: Yoselin Benites (Técnica Casa Cliente de Cobra), Roxana Variñas (Técnica MDF de Cobra), Carmen Rodríguez (Supervisora de Campo Diseño de Cobra), Ingrid Guevara (Jefa de Logística de Cobra), Diana Rodríguez (Gestora de Logística de Cobra), Eva Campos (Asistente de Mantenimiento de Isetel) y Alisson Velásquez (Técnica Residente de Indra).

“En Telefónica, tenemos 30 años en el Perú conectando a más personas e impulsando su desarrollo. Nuestro trabajo trasciende el campo de las comunicaciones; por eso, en línea con nuestro enfoque de negocio responsable, tenemos el gran compromiso

de contribuir con la sociedad, para que esta sea más inclusiva y equitativa”, señaló Elena Maestre durante el evento.

¿Por qué 'Mujeres en Red'?

'Mujeres en Red' surgió en 2020 desde Movistar en alianza con sus empresas contratistas como respuesta a una industria que por mucho tiempo ha sido generalmente de hombres. Por ello, esta iniciativa refleja el compromiso y esfuerzo de la compañía para fomentar la participación femenina en el sector técnico de las telecomunicaciones, así como impulsar espacios de equidad laboral y romper estereotipos de género.



Inicialmente, 'Mujeres en Red' tuvo lugar en el área de Servicio Técnico al Cliente (STC) y, debido a los buenos resultados, en el 2022 la iniciativa se extendió a otras áreas del negocio. Además, para cumplir el objetivo del programa, se trabaja en 5 frentes: reclutamiento y selección, formación (técnica, práctica y emocional), seguridad, indicadores de productividad y comunicación.

“Asimismo, la creación de una cultura de equidad de género en las empresas contratistas de la compañía, a través de políticas y acciones de inclusión, es clave para la sostenibilidad del proyecto”, puntualizó la presidenta CEO de Telefónica del Perú .

Como resultado de todo el trabajo, a la fecha, más de 400 mujeres de 12 regiones del Perú se han insertado exitosamente en el mercado laboral de telecomunicaciones a través de las empresas contratistas de Movistar: Cobra, Lari, Comfica, Dominiom, Liteyca, Ceva, Indra, Woden, Telemarketing, BrightCell Logistics, Com2net e Isetel en las áreas de servicio técnico al cliente (STC), mantenimiento de infraestructura (FLM), logística y B2B.

Actualmente, con más de tres años de existencia, 'Mujeres en Red' sigue contribuyendo al empoderamiento, empleabilidad y capacitación femenina; facilitando así el desarrollo profesional y personal de mujeres en el sector de telecomunicaciones. Además, en el marco del programa, se han realizado capacitaciones a más de 2900 personas (técnicas, técnicos y equipo administrativo); sobre temas relacionados a sesgos inconscientes, nuevas masculinidades, empoderamiento femenino, entre otros, orientados a fomentar espacios de equidad laboral y seguir cuestionando los estereotipos de género.

“La diversidad y la inclusión forman parte de la cultura de Movistar. Por ello, continuaremos consolidando este programa y ofreciendo cobertura a nuevos lugares del interior del país, a fin de seguir promoviendo espacios de empoderamiento y empleabilidad de las mujeres en el campo de la tecnología y las telecomunicaciones”, finalizó Elena Maestre.

Reconocimientos

A lo largo del tiempo, 'Mujeres en Red'

ha recibido una serie de reconocimientos que la catalogan como una iniciativa modelo en el Perú. Por ello, fue presentada como caso de éxito en el Workshop “Promoción de la igualdad de género en la industria de las telecomunicaciones para la recuperación inclusiva”, organizado por APEC - Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (2022).

También se le ha otorgado el premio a la “Mejor práctica laboral innovadora” del Ranking Par, que formó parte de las Distinciones Especiales por implementar iniciativas que promueven ambientes inclusivos para hombres y mujeres en el 2022.

Entre otros reconocimientos, ha recibido el Premio Internacional Corresponsables en la categoría Grandes Empresas por su aporte en reducir la brecha de género en el sector telecomunicaciones en el 2021. Además, ese mismo año, obtuvo el Gran Premio Igualitario de Scotiabank y, en el marco del programa, la compañía fue seleccionada como una de las “Empresas que Transforman el Perú”. ..

TESTIMONIOS



“Lo que me gusta de mi trabajo es que cada día son nuevas oportunidades de aprender. Me siento orgullosa y sé que puedo superar mis límites y crecer acorde a las nuevas tecnologías, especialmente en el mundo de la fibra óptica. Este trabajo nos permite lograr la igualdad y demostrarnos que sí podemos con los retos del día a día”.

Eva Campos Arriola
Técnica de Mantenimiento
B2B - Isetel



“Un vecino me habló de Movistar y que la empresa donde él trabajaba es Cobra, en la cual estaban dando oportunidad a mujeres y postulé. Me gusta mucho mi trabajo, conozco del mundo de las telecomunicaciones, siempre comento con mis padres las nuevas tecnologías, busco noticias para estar al día.”

Carmen Rodríguez García
Supervisora de Campo
Diseño - Cobra



“Inicié en el mundo de telecomunicaciones por un compañero de trabajo que me habló sobre este rubro. Para mí fue nuevo porque venía del área de recursos humanos, pero poco a poco fui aprendiendo de logística y me encanta porque mantengo mis conocimientos de formación profesional.”

Diana Rodríguez Harman
Gestora de
Logística - Cobra

CALIFORNIA ENJUICIA A PETROLERAS POR DAÑOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO: RESPONSABILIDAD LEGAL Y MORAL

En setiembre pasado, el estado de California, representada por el procurador Rob Bonta, ha demandado a Exxon, Mobil, Shell, Chevron, ConocoPhillips, BP America, así como el Instituto Americano del Petróleo, para que se mitigue las actividades perjudiciales, se compense equitativamente por los daños y se sancione a estas empresas. Este juicio se ha iniciado debido a que California sufre una crisis climática sin precedentes: calor extremo, daños a la salud, sequía, incendios forestales, inundaciones, daños a la agricultura, etc. Las compañías de seguros se están negando a pagar los daños y pérdidas por causas extraordinarias.

La importancia de este juicio es que se decidirá la responsabilidad legal de las empresas petroleras. Los fundamentos y pruebas de la demanda revelan su falta de ética, pues no hicieron lo que correspondía, evitar un daño mayor por el cambio climático.

Para el derecho internacional, la responsabilidad legal de los países (y las empresas con emisiones de gases) se inicia en 1989, cuando el consenso científico mundial del primer informe del IPCC¹ activó la alerta mundial: existe vínculo causal, con evidencia, entre las actividades humanas y la elevación de la temperatura en la segunda mitad del siglo XX. Las actividades causantes del problema son la quema de combustibles fósiles y en menor medida la deforestación. Luego del informe científico, rápidamente se negoció y adoptó el tratado de cambio climático (1992). En este se estableció la necesidad de estabilizar la concentración de gases en la atmósfera a un nivel que impidiera



POR PATRICIA ITURREGUI
Máster en Derecho Ambiental,
experta en cambio climático



POR GIANELLA LIVIA
Excoordinadora Equipo Derecho
Ambiental PUCP, cofundadora
de "Actúa Verde Perú"

la interferencia humana peligrosa en el sistema climático. Los países industrializados debían reducir sus emisiones y los países en desarrollo contabilizar sus emisiones y reportarlas.

Esta es la información que tenían los negociadores de los países ante las Naciones Unidas en 1995. Pero esta

demanda judicial, muestra con evidencias, que los directivos de las empresas de petróleo y gas sabían desde la década de 1950 sobre los graves impactos negativos al clima. Textualmente la demanda asevera "en lugar de advertir a los consumidores, el público y los gobiernos, los demandados montaron una campaña de desinformación que comenzó al menos desde la década de 1970 para desacreditar el floreciente consenso científico sobre el cambio climático; negar su propio conocimiento sobre las amenazas relacionadas con el cambio climático".

La demanda presentada por el estado de California² evidencia que la industria de los combustibles fósiles estuvo a la vanguardia de la investigación sobre el dióxido de carbono durante la segunda mitad del siglo XX. Trabajaron con los mejores investigadores para producir estudios excepcionalmente sofisticados y sabían que los impactos recién serían percibidos entre los años 2010-2020.

En 1981, Exxon y otras compañías de combustibles fósiles monitorearon todos los aspectos de la investigación sobre el CO₂ y el calentamiento global, y a nivel interno reconocieron que sería necesario adoptar fuentes de energía renovables para evitar una gran acumulación en la atmósfera.

Los demandados podrían haber actuado con responsabilidad social y ambiental, podrían haberse abstenido de obstaculizar la mitigación de las emisiones de GEI, o haber contribuido a la transición energética, liderando las energías alternativas no basadas en fósiles evitando los peores impactos

¹ El Panel Intergubernamental de Cambio Climático, es una plataforma científica independiente.

² Ver la demanda en inglés en <https://oag.ca.gov/system/files/attachments/press-docs/FINAL%209-15%20COMPLAINT.pdf>

LOS ARGUMENTOS DE LA DEMANDA DEL ESTADO DE CALIFORNIA³

1. Los demandados son responsables de causar y acelerar el cambio climático, son responsables de parte sustancial de las concentraciones atmosféricas globales de gases de efecto invernadero y las perturbaciones pasadas, actuales y futuras del ambiente, consiguientes daños a California, sus comunidades y sus recursos.
2. Los demandados conocían los posibles efectos de calentamiento de las emisiones de gases de efecto invernadero desde la década de 1950 y desarrollaron una comprensión sofisticada del cambio climático que excedía con creces el conocimiento del público en general.
3. Los demandados no revelaron daños conocidos asociados con el uso previsto de productos de combustibles fósiles y, en cambio, ocultaron esos daños al participar en una campaña de engaño para aumentar el uso de esos productos.
4. Los demandados podrían haber elegido facilitar y ser parte de un futuro con bajas emisiones de carbono, pero en lugar de ello eligieron las ganancias corporativas y continuaron con el engaño.
5. Las acciones internas de los demandados demuestran su conciencia sobre los impactos del cambio climático y su intención de seguir beneficiándose del uso incesante de productos de combustibles fósiles.

El Estado solicita que este Tribunal ordene a los demandados, y a cada uno de ellos de forma conjunta y solidaria, que reduzcan los perjuicios, incluso realizando pagos a un fondo de reducción para abordar el perjuicio al interés colectivo.

Las acciones de los demandados han ralentizado el desarrollo de fuentes de energía alternativas y han exacerbado los costos de adaptación y mitigación de los impactos adversos de la crisis climática.

³ Traducción no oficial del inglés y resumido del texto de la demanda judicial

del cambio climático en California (y en el mundo).

Exxon y las demás empresas petroleras eran conscientes de que las fuentes de energía alternativas podrían haber penetrado la mitad del mercado energético competitivo en 50 años si se les hubiera permitido desarrollarse sin obstáculos. Pero se introdujeron

dudas y barreras que han conducido a enormes cantidades de emisiones que pudieron evitarse. Según la demanda, el daño causado hubiera sido mucho menor si los demandados hubieran actuado en base a su conocimiento sobre los riesgos climáticos.

El ex vicepresidente Al Gore ha declarado que los esfuerzos de las petroleras

para bloquear la reducción del cambio climático “es el equivalente moral de un crimen de guerra”.

A results del juicio se asignarán o no las responsabilidades y las reparaciones a los daños causados según el fondo de indemnizaciones requerido en la demanda. Desde ya la responsabilidad moral de las empresas petroleras está clara.



NTT DATA REVELA CÓMO LAS “SUPER APPS” Y LA IA IMPULSAN LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

NTT DATA explicó la importancia de las super apps, cómo se desarrollan y lo que son capaces de alcanzar, además realizó un análisis de lo que las empresas deben esperar con la Inteligencia Artificial en los próximos años.

El creciente uso de los dispositivos móviles se ha convertido en una herramienta para que las empresas conozcan los hábitos de consumo de sus clientes, pero también ha puesto en la mesa los impactos de tecnologías como la Inteligencia Artificial en la sociedad. Ante este panorama, NTT DATA Perú realizó su evento “Super Apps y el futuro más allá de la IA”, donde mostró cómo las nuevas tendencias influyen en la toma de decisiones empresariales.

La consultora de negocios y servicios de TI reunió a destacados periodistas especializados donde explicó la importancia de las *super apps*, cómo se desarrollan y lo que son capaces de alcanzar, además de hacer un análisis de lo que las empresas deben esperar con la Inteligencia Artificial en los próximos años.

Súper Aplicaciones

Más del 50% de los consumidores piensan que las experiencias digitales son muy importantes, una tendencia que ha permitido la creación de nuevos modelos de negocios, como es el caso de las super apps, que están cautivando al sector empresarial.

Las llamadas ‘Súper aplicaciones’ agrupan a múltiples funciones en una mejor experiencia de usuario, creando un portal a un ecosistema en línea de propiedad total que incluye una gama de servicios diarios, con pagos en su proceso, un ejemplo muy conocido es Yape.

“Estas aplicaciones agrupan varias experiencias en una sola plataforma, creando un ecosistema que engloba todos los servicios alrededor de un pro-



ceso de pago”, detalla Luis Fernández García, director digital *experience* en NTT DATA Perú.

“Descargamos estas apps para que solucionen problemas muy puntuales y básicos, por ejemplo, los micropagos para adquirir algún producto o servicio; y que luego van evolucionando y creando más alternativas para los usuarios, fidelizándolos y posteriormente enamorándolos”, explica.

Este tipo de plataformas multifuncionales están ganando presencia en el mercado en la actualidad. En el mundo existen super apps muy exitosas entre las que se encuentran Revolut en Reino Unido, WeChat en China y SoFi en Estados Unidos. En Latinoamérica están MercadoLibre y Ualá en Argentina, Rappi en Colombia y Yape en Perú.

De acuerdo con Gartner, las 15 principales super apps han generado 4,6 billones de descargas alrededor del mundo, tienen 2,6 billones de usuarios activos y se prevé que para 2027 el 50% de la población mundial esté utilizando en algún momento una super app, afirma Fernández García.

El ejecutivo explica que para construir una super app, se debe tener en cuenta cuatro aspectos muy importantes.

- 1 – Desde el inicio, debe ser creada en forma modular, formada de bloques funcionales aislados.
- 2 – Debe estar enfocada en la experiencia del usuario, permitiendo una fácil interacción donde el cliente pueda encontrar todo lo que busca rápidamente.
- 3 – Centrarse en la hiperpersonaliza-

ción. Se debe crear experiencias propias para cada usuario, haciéndolos sentir importantes.

- 4 - Por último, se debe buscar alianzas, lo que le permitirá crecer rápidamente. Y si eso se combina con la modularización, va a resultar muy fácil enganchar a los clientes.

La característica más importante de una super app son los datos. “Una empresa debe tener una gran base de datos de clientes, lo que le permitirá conocer sus necesidades, sus intereses y sus gustos, así lograr engancharlos, para que ellos terminen por recomendarte”, destaca Fernández.

Yape, una super app peruana

En el Perú, una *super app* exitosa es Yape, una aplicación que nació como una billetera para hacer micropagos, y a la fecha, ha llegado a tener 13 millones de usuarios con 300 millones de transacciones mensuales, cifra que se va duplicando cada 8 o 9 meses.

Cabe destacar que solo en el 2023, la billetera lanzó diez nuevas funcionalidades, entre ellas, gaming, eventos de fútbol y solicitud de balones de gas.

El futuro de la Inteligencia Artificial

Durante la charla, NTT DATA Perú también habló sobre la Inteligencia Artificial, donde Juan Carlos Oré, Sr. Manager, Data & Analytics en NTT DATA Perú, derribó algunos mitos que envuelven esta tecnología.

El año pasado, un estudio de Goldman Sachs reveló que desde el 2016, la IA ha superado a los humanos en solo dos tareas, el reconocimiento de imagen y en la capacidad lectora. Pero en el mismo tiempo, se ha descubierto cómo la IA ha potenciado el aumento de la productividad.

El informe explica que la adopción generalizada de la Inteligencia Artificial podría impulsar el crecimiento de la productividad a nivel mundial en 1.4 puntos porcentuales durante un perio-

do de 10 años, y en Perú se habla de 1.3 % en beneficios económicos que se podrían tener al implementar la IA en todos los sectores.

Para Juan Carlos Oré, “la IA es simplemente una herramienta y lo que debemos es aprovechar su capacidad y los beneficios que trae. Nosotros, como fuerza laboral, debemos transformarnos en posiciones que generen más valor”. La Inteligencia Artificial no es nueva, tiene varias décadas que las empresas ya lo llevan aplicando en el mercado, manifiesta el ejecutivo.

El 60 % de las empresas de la región ha iniciado la incorporación de la IA en los últimos 3 años, según datos del último estudio “Explorando la IA como motor de cambio en la frontera digital latinoamericana”, elaborado por NTT DATA en colaboración con MIT Technology Review.

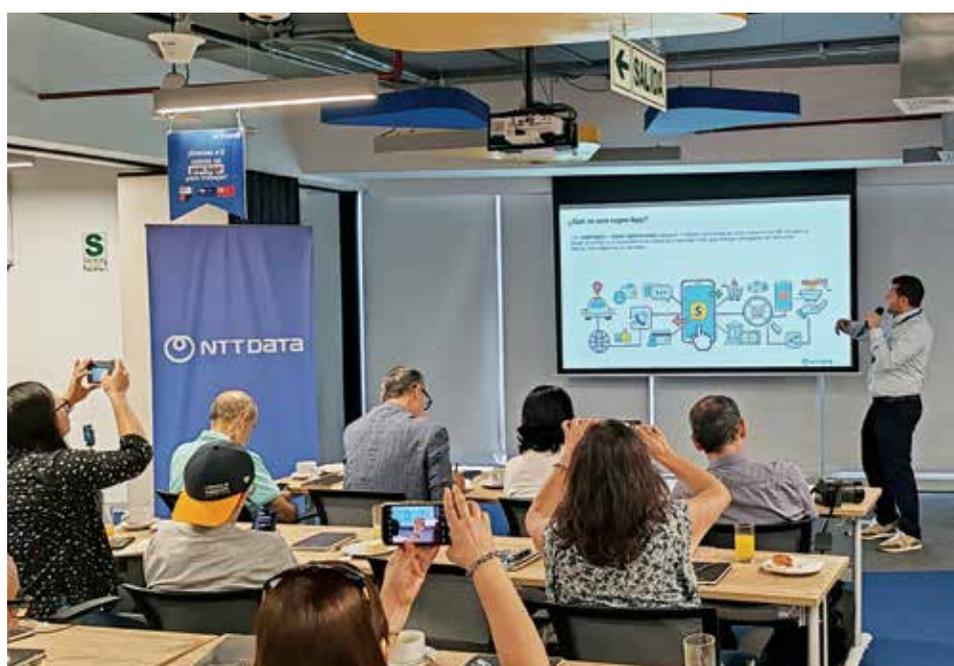
El informe también descubrió que la adopción de la IA en empresas latinoamericanas ha aumentado significativamente en los últimos años, pasó de 58 % a 71 % en tres años.

Asimismo, entre las empresas que han tomado contacto con la IA, un 39 % se

En el mundo existen super apps muy exitosas entre las que se encuentran Mercado Libre, Ualá, Revolut, Sofi y Rappi.

encuentra en la fase inicial de “exploración”, un salto significativo desde el 21 % registrado en el estudio de 2022. Además, un 30 % de las empresas han avanzado a la fase de “producción”, mientras que un 6 % estrena la categoría de “liderazgo”, que aparece por primera vez en este informe.

Esta diversidad en las etapas de adopción refleja “un ecosistema empresarial en constante evolución”, explica el experto de NTT DATA. Además, destaca que conocer los desafíos y oportunidades que proporciona esta tecnología es clave para tomar decisiones más estratégicas e informadas que impulse el éxito de su adopción y de la organización..



NO ESTÁS SOLO: LA NUEVA INICIATIVA DE PACÍFICO SEGUROS LLEVA A LA PREVENCIÓN AL TEATRO

Con 4 historias inspiradas en casos de clientes, la aseguradora visibiliza su compromiso como marca, el cuál es fomentar la cultura de la prevención para que ningún peruano tenga que enfrentar sus problemas solo.

● Cuando hablamos de prevención, todo esfuerzo suma. Por ello, Pacífico Seguros sigue buscando nuevas formas de concientizar a las personas y ahora, lo hace a través del teatro con No Estás Solo – La Obra, donde apunta a calar el mensaje de la importancia que todos estemos preparados ante cualquier eventualidad.

“Para muchos peruanos es difícil ver el valor real que tienen los seguros en sus vidas, por ello, buscamos fomentar la importancia de tener un seguro, esta vez de una manera lúdica y disruptiva, acompañando a quienes nos necesitan con todo nuestro portafolio de seguros con opciones para todos, acorde a sus necesidades”, comenta Jorge Lazo Arias, Gerente de Sostenibilidad y Asuntos Corporativos de Pacífico Seguros.

Y es que a pesar de que todos hemos sufrido o conocemos a alguien afectado por algún suceso que ha marcado un antes y un después en sus familias, en el Perú, el porcentaje de personas que tienen un seguro es de los más bajos de la región, lo que mantiene a una gran parte de la población en una situación de vulnerabilidad, y ejemplos como estos se pueden notar en momentos recientes como la pandemia o como consecuencia de eventos de la naturaleza, tales como Yaku, y actualmente la afectación a las familias por las lluvias. Además, vale la pena recordar que, con el cambio climático, estos eventos se podrían dar de manera más frecuente y ser de mayor intensidad en los próximos años, por lo que el momento para prepararnos es hoy.

LAIRA PRODUCCIONES

EN COPRODUCCIÓN CON **pacífico seguros**

NO ESTÁS SOLO

ESCRITA Y DIRIGIDA POR MIKHAIL PAGE

EDWA VILLALOBOS GISELA PONCE DE LEÓN VALOURBA HUERTA JUAN CARLOS REY DE CASTRO ALEXA BARNECHEA
MANUEL GOLD ALONZO CANO CHRISTIAN YSLA LEIANA TRUJILLO MIGUEL DÁVALOS

ENTRADA GRATIS TRAYENDO DONACIONES

Dos funciones en beneficio de los damnificados por las lluvias

11 de febrero 4:00 P.M. y 8:00 P.M. | **TEATRO NOS**

SEPARA TU ENTRADA Y CONOCE LA LISTA DE PRODUCTOS A DONAR EN **Joinnus**

Así nace No Estás Solo, la obra de teatro compuesta de 4 historias, inspiradas en casos de clientes reales de Pacífico que enfrentaron un problema en sus vidas, pero gracias a que contaban con un seguro de acuerdo con sus necesidades y que los respaldaba, lograron salir adelante.

La obra fue producida por La Ira Producciones y se presentó en el teatro NOS PUCP, contando con la participación de reconocidos actores como Erika Villalobos, Gisela Ponce De León, Liliana Trujillo, Juan Carlos Rey De Castro, Manuel Gold, entre otros, dirigidos por Mikhail Page.

Nuestro objetivo, explica Lazo Arias, es visibilizar el compromiso que tiene Pacífico como marca, el cual es promover la cultura de prevención y lograr que así ningún peruano tenga que enfrentar sus problemas solo. Con esta iniciativa queremos mostrar nuestro compromiso a desarrollar seguros y productos adaptados a las realidades de todos los peruanos; pero, además, también es una iniciativa para ayudar, a través de donaciones, a los damnificados por las lluvias.

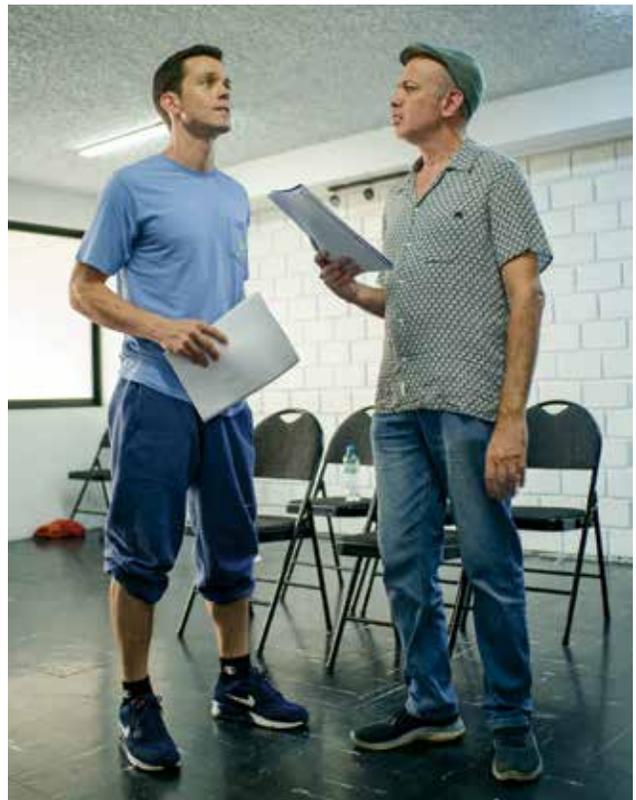
Buscamos fomentar la importancia de tener un seguro, esta vez de una manera lúdica y disruptiva, acompañando a quienes nos necesitan con productos diseñados acordes a sus necesidades.

Desde su concepción, se estableció que sería una obra a beneficio, por lo que las entradas no tendrían un costo monetario, sino que serían canjeadas por donaciones de no percibibles para ayudar a las familias que fueran impactadas por las lluvias. Así, las donaciones recaudadas serán gestionadas por la Fundación Romero, que brinda su apoyo preventivo ante el posible impacto de las lluvias en el país.

Pero la aseguradora va más allá, de modo que también realizará una donación de S/50 000 a través de la Fundación Romero para dar apoyo adicional a los damnificados, respaldándolos como

parte de su compromiso, porque para Pacífico el Perú es su familia y no la dejará sola.

“Hemos venido trabajando fuertemente en temas de prevención, por ello generamos programas como Comunidad Segura, que se enfoca a comunidades vulnerables y a los emprendedores, a fin de estar a su lado, capacitándolos y ayudándolos a prepararse y prevenir los eventos de la naturaleza, así como otros riesgos, tales como incendios. Y seguiremos haciéndolo, buscando nuevas formas innovadoras de conectar con las personas y apoyarlos para que puedan lograr su felicidad”, finaliza Lazo Arias..



BOLETÍN DE SOSTENIBILIDAD

febrero 2023

Alimentamos un mañana mejor

Trabajamos de forma sostenible para generar valor compartido y bienestar en nuestro entorno.

BIENESTAR

Promovemos hábitos y estilos de vida balanceados en nuestros consumidores, colaboradores y sociedad.

Ollas que Desarrollan

Iniciativa de Alicorp, Juguete Pendiente y diversos aliados para fortalecer la gestión de las ollas comunes y convertirlas en organizaciones autosostenibles, beneficiando a más de 370 ollas comunes con equipamiento, capacitaciones y entrega de alimentos.



+3 millones 100 mil
raciones
de alimentos

+32 mil
personas
beneficiadas

+1,000 lideresas
de ollas comunes
capacitadas

DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES

Articulamos ecosistemas y desarrollamos capacidades productivas y empresariales de proveedores y clientes.



Insuma

Plataforma digital que acompaña e impulsa el desarrollo de las pymes de gastronomía, panificación y lavandería.

+18,500
clientes de
Lima y Cusco.

87% de nuestros clientes
consideran que han
mejorado su gestión de
compras.*

73% de nuestros clientes
señala que ha mejorado
su gestión de ventas.*

*Encuesta efectuada por el IEP a una muestra de 237 clientes de Insuma con más de 60 días y un TPM de 5/30D a diciembre 2022.

Palma Sostenible

Programa de acompañamiento técnico para nuestros proveedores de palma y su base de palmicultores, que busca incrementar la productividad y alineamiento al estándar del Roundtable on Sustainable Palm Oil



CUIDADO DEL AMBIENTE

Cuidamos el ambiente para impactar positivamente en nuestro planeta a través de la ecoeficiencia operativa.



Huella de carbono:

20% de reducción neta de CO₂eq* por tonelada de producto terminado respecto al 2022.

* Dióxido de carbono equivalente

Huella hídrica:

20% de reducción de consumo de agua por tonelada de producto terminado respecto al 2022.

Residuos:

Reducción de 58% en los residuos enviados al relleno sanitario respecto al 2022.

Nuestro compromiso de reducción de impacto ambiental al 2030 es:

Síguenos en nuestras redes y conoce más de nuestras iniciativas de sostenibilidad



BCP OBTUVO CERTIFICACIÓN EDGE POR SU TRANSFORMACIÓN DE AGENCIAS SOSTENIBLES

La Agencia Óvalo Higuiereta es la primera edificación en Sudamérica en obtener el máximo nivel de ahorro energético en la certificación EDGE Avanced dentro de la categoría “oficinas”.

El BCP obtuvo el primer grupo de certificaciones *Excellence in Design for Greater Efficiencies (EDGE)* por sus agencias BCP que cuentan con una reducción mínima del 20 % en el uso de energía, agua y energía incorporada en sus materiales de construcción, como parte de su proyecto de transformación de agencias sostenibles. Esta certificación es un estándar global que reconoce a las edificaciones que logran el uso eficiente y sostenible de los recursos, desarrollado por la International Finance Corporation (IFC), parte del grupo del Banco Mundial.

Es importante mencionar que 9 de 14 Agencias BCP con certificación EDGE, obtenidas a la fecha, han sido reconoci-

das con la *Certificación EDGE Advanced*, la cual se otorga al alcanzar un ahorro mínimo del 40 % en el rubro de energía y 20 % en agua y energía incorporada en los materiales de construcción, en comparación de las edificaciones convencionales locales.

“Nos sentimos muy orgullosos por haber recibido este reconocimiento por nuestra transformación sostenible de agencias, como parte de nuestro compromiso con el cuidado del medioambiente, brindando un servicio al cliente tanto eficiente como responsable. En esa línea, buscamos impulsar, con el ejemplo y a través de financiamientos, otorgando créditos verdes para que más empresas empiecen a tener ini-

ciativas sostenibles”, mencionó Diego Cavero, gerente general del BCP.

Cabe resaltar que la Agencia Óvalo Higuiereta alcanzó un 10 0% de ahorro en energía, bajo los estándares EDGE, en la categoría “oficinas”, gracias al uso de paneles solares, equipos de aire acondicionado e iluminación de mayor eficiencia energética, entre otras iniciativas. Esto la convierte en la primera edificación en Sudamérica con este máximo resultado.

La primera fase de la transformación de agencias BCP, anunciada el año pasado por la entidad financiera, a la fecha cuenta con 105 agencias transformadas y continuará su despliegue durante el 2024..



ISM RENUEVA CERTIFICACIÓN HACCP Y RATIFICA LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS

Las plantas de ISM también están triplemente certificadas con los ISO 9001, 45001 y 14001, que garantizan la calidad de sus productos, la seguridad y salud en el trabajo y el cuidado del medioambiente, respectivamente.

En línea con su compromiso con la calidad y excelencia en la elaboración de sus productos y correcto desarrollo de todos sus procesos, Industrias San Miguel - ISM trabaja constantemente en la mejora de su Sistema de Gestión Integrado - SGI.

Por ello, en diciembre pasado, ISM recibió en su Planta Huaura a la Dirección General de Salud Ambiental – DIGESA, a fin de realizar una auditoría de sus procesos, en cumplimiento con la Norma Sanitaria para la Aplicación del Sistema HACCP en la Fabricación de Alimentos y Bebidas. Como resultado de esta auditoría, DIGESA ratificó la acreditación de la inocuidad y calidad de todos los procesos en esta planta y le otorgó la recertificación por dos años más.

Cabe señalar que, desde el 2021, la empresa cuenta con la certificación del sistema HACCP (análisis de peligros y puntos críticos de control) en sus dos plantas de producción en Perú, ubica-

das en Huaura y Arequipa; así como con la triple certificación internacional con los ISOS 9001, 45001 y 14001, que en conjunto garantizan la calidad e inocuidad de los productos, así como la seguridad en el trabajo y el cuidado del medioambiente.

La empresa de alimentos y bebidas cuenta con esta certificación en sus plantas de Huaura y Arequipa desde el 2021.

“A lo largo de su trayectoria, ISM ha demostrado su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y el talento; desarrollando una amplia variedad de bebidas producidas en plantas de última generación y certificadas, garantizando la calidad e inocuidad de nuestros productos; lo que permite acceder a los mercados más competitivos a nivel nacional e internacional”, destacó Martín Castillo Guerra, jefe País del SGI y Sostenibilidad..



WIM PROPONE QUE UNIVERSIDADES E INSTITUTOS PROMUEVAN INTERÉS DE MUJERES EN CARRERAS RELACIONADAS A MINERÍA

La especialista de Woman in Mining Perú también habló de los programas que tiene su asociación para apoyar a que más mujeres sean parte del ecosistema minero.

Karina Zevallos, presidenta de Woman in Mining Perú, hizo un llamado de urgencia para intensificar los esfuerzos para fomentar la participación de mujeres en la minería. Zevallos fue la invitada del espacio de entrevistas “Diálogos Mineros” del Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP).

Zevallos resalta que las campañas de difusión dirigidas a estudiantes recién graduadas de secundaria desempeñan un papel crucial para despertar su interés en carreras vinculadas al sector. La colaboración estrecha entre la academia y las empresas mineras se presenta como una estrategia indispensable, ya que la academia sola no puede proporcionar oportunidades laborales significativas. Zevallos aboga por la implementación de planes de desarrollo a largo plazo, dirigidos a niñas desde temprana edad, alrededor de los 15 a 17 años, con el objetivo de fortalecer su conexión con las carreras mineras.

WIM en cifras

La colaboración entre instituciones educativas y empresas no solo sirve para mostrar a los padres de familia que existen oportunidades seguras para sus hijas en estas áreas, sino que también contribuye a cambiar percepciones arraigadas en los hogares. “Iniciativas como Women in Mining (WIM) juegan un papel vital al crear comunidades de mujeres en la industria, con capítulos estudiantiles descentralizados en 13 regiones del país adaptando actividades según las necesidades locales”, comentó. En la actualidad, WIM, con más de 2400



asociadas, quienes ha trabajado en la descentralización desde su fundación en 2016, promoviendo diversas actividades en cada capítulo estudiantil, que incluyen caminatas, picnics, webinars, seminarios, reuniones de confraternidad y eventos de mentoring express.

Difundir los beneficios y el impacto futuro de las carreras en la minería es esencial para atraer a más mujeres y cambiar las percepciones en los hogares. Zevallos subraya que la participación de mujeres en la minería no solo implica tener futuras profesionales, sino que también contribuye significativamente a la economía familiar.

La industria minera, a través de iniciativas como WIM, ha demostrado su voluntad e interés en transmitir experiencias a las jóvenes, incluso a nivel internacional. Programas de mentorías con participantes de Ecuador, Centroamérica, Reino Unido y Argentina, junto con programas específicos como “Mujer Líder” y “Es tu Hermana Mayor”, destacan los esfuerzos para desarrollar habilidades y competencias en mujeres jóvenes.

Publicaciones como “Mujer en la Minería del Futuro” y la página web de WIM ofrecen recursos y detalles sobre las actividades llevadas a cabo por la organización. Además, Zevallos destaca la creación de materiales como el libro “Mineras Bicentenario”, que comparte historias de personalidades y empresas del ecosistema minero.

La colaboración con instituciones aliadas, como el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, ha permitido una mayor visibilidad en eventos como PERUMIN. Es así como, Zevallos agradece la creciente participación en estos eventos y celebra el crecimiento continuo de WIM, invitando a explorar la diversidad de programas disponibles en su página web.

WIM en el 2024

Para este 2024 se busca descentralizar más estas actividades. Además, de un encuentro internacional, que nació en WIM Chile, pero se realizará este año en nuestro territorio.

Asimismo, se espera que se triplique la cantidad de participantes de Kuraq Ñañayki. “Es un esfuerzo bastante importante porque también tenemos que considerar que WIM Perú es una asociación de voluntarias, el 99 % de la asociación somos todas voluntarias, entonces todo lo que hacemos son programas que son subvencionados auspiciados por los aliados institucionales que son empresas del sector”, concluyó..



Somos un Gran Lugar para Trabajar

Primera consultora en
tecnología del Perú



BCP fue reconocido una vez
más en el **ranking Merco**
Responsabilidad ESG 2023

