Stakeholders

stakeholders.com.pe

N°176 - Julio 2025

INFORME
Patentes verdes con impacto

ARTÍCULO
La tecnología y el voto joven 2026

ENTREVISTA
Servicios tecnológicos para mipymes

EDICIÓN
TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

ESPECIAL
REPORTING Y CERTIFICACIONES

Marco Vinelli

Director de ESAN School of Government

"El Perú necesita funcionarios bien capacitados a la altura de las exigencias del ciudadano"

Aliados

AJE

GLORIA

REPSOL

Caja Arequipa es
CINCO VECES FINALISTA
en los premios

CUSTOMER CENTRICITY
WORLD SERIES

Caja Kai
Categoría: Customer Centric Culture

Desembolso Digital
Categoría: Digital Strategy Transformation

Fan de tu Éxito
Categorías: Best Customer Experience Strategy y Customer Insight & Feedback

P51
Categoría: CX in Financial Services

caja
arequipa

esan SCHOOL OF GOVERNMENT

ESAN School of Government

Formación alineada a los 11 sistemas administrativos del Estado

PEE | Gestión Pública

Cursos, Certificados y Diplomas

3 MAESTRÍAS ESPECIALIZADAS

- Gestión Pública
- Desarrollo Sostenible
- Regulación de Servicios Públicos e Infraestructura

ESAN Government Consulting

Consultoría especializada para organismos públicos y de cooperación internacional.

escuelagobierno.esan.edu.pe

Reinventar el presente, innovar por el futuro

En esta edición 176 de *Stakeholders*, abordamos un tema urgente y esperanzador: tecnología e innovación para la sostenibilidad empresarial y del planeta. La acelerada evolución tecnológica nos obliga a repensar la forma en que operan las organizaciones y cómo estas pueden contribuir con un desarrollo más sostenible.

Bajo este marco, uno de nuestros informes explora el papel de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial generativa, que ya está transformando las operaciones de múltiples sectores. Su potencial no solo reside en automatizar tareas, sino en abrir nuevas rutas para innovar con impacto.

Hay que resaltar que la tecnología por sí sola no basta. Se requiere capital humano preparado y un enfoque claro desde el *core business* de las organizaciones. De esta manera, las herramientas tecnológicas podrán generar resultados sostenibles y alineados con los objetivos de las organizaciones.

Mirando al Perú, aún tenemos el reto de construir un ecosistema sólido de innovación e investigación. No basta con diseñar proyectos desde la academia, por ejemplo; necesitamos soluciones que respondan a los problemas estructurales del país y lo hagan a gran escala. Se puede generar una economía con beneficios para el 'bolsillo' y el entorno de todos los ciudadanos.

Agradecemos profundamente a los especialistas, colaboradores y aliados que forman parte de esta edición. En las siguientes páginas, perspectivas, propuestas y reflexiones nos invitan a dialogar al respecto. Gracias por aportar ideas, experiencias y visiones que nos acercan a un Perú más innovador, competitivo y sostenible.

Equipo

Director Ejecutivo
Javier Fernando Arce Novoa

Gerente General
Grupo Stakeholders
Natalia Arce Najar

Gerente de Publicidad
Veronica Atauyuco

Jefe de Redacción
Renzo Rojas

Editora web
Denisse Torrico

Coordinador web
Osmaro Villanueva

Redacción
Pamela Julca

Marketing
Rafael Pizarro

Diseño y diagramación
Elizabeth Arenas

Av. Paseo de la República nº. 3565 Piso 7–San Isidro
Publicidad: 999 838 810 / 946 566 060

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

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú nº. 2008-07250

Revista Stakeholders
Revista Stakeholders
@stakeholdersRS
@stakeholderssostenibilidad
www.stakeholders.com.pe

Suscripciones:
info@stakeholders.com.pe / 441 09 98

7 EXPERTOS SH

ARTURO CABALLERO
CEO de A2G

Tecnología e innovación en las finanzas climáticas

15 PATENTES VERDES

INFORME

Del laboratorio al impacto: el desafío de patentar para transformar

24 ENTREVISTA CENTRAL

MARCO VINELLI
Director de ESAN School of Government

“El Perú necesita funcionarios bien capacitados a la altura de las exigencias del ciudadano”

36 EMPRESA

JORGE LÓPEZ-DÓRIGA
Director global de Comunicaciones y Sostenibilidad de Grupo AJE

“La sostenibilidad es una pieza clave de nuestra estrategia como empresa”

Finanzas sostenibles en el Perú: una oportunidad estratégica para las medianas empresas

Las finanzas sostenibles han evolucionado de ser un concepto especializado a convertirse en un componente esencial del sistema financiero global, y el Perú no es ajeno a esta tendencia. En un contexto de creciente conciencia sobre los desafíos ambientales y sociales, el modelo de inversión y financiamiento del desarrollo empresarial, industrial y nacional está experimentando una transformación profunda.

Si bien las grandes corporaciones suelen dominar el debate público, las medianas empresas constituyen el eje central de la economía peruana. Su participación activa en esta transición no solo es crucial para el país, sino que también representa una oportunidad estratégica para mejorar su competitividad, resiliencia y crecimiento sostenible.

Las empresas requieren financiamiento para impulsar su crecimiento, ya sea para ampliar plantas de producción, adquirir maquinaria u otros activos estratégicos. En este contexto, las finanzas sostenibles se presentan como una solución altamente conveniente y diferenciadora.

Tradicionalmente, las organizaciones que buscan financiamiento recurren a entidades financieras para obtener préstamos convencionales de capital. En este proceso, la institución evalúa principalmente el riesgo crediticio del solicitante, considerando factores como historial financiero, capacidad de pago, garantías y condiciones de mercado, para luego otorgar el préstamo a una tasa de interés determinada. Esta transacción se limita a una relación puramente financiera.
Por el contrario, las finanzas sostenibles representan una evolución —una suerte de "Finanzas 2.0"— que trasciende la provisión de capital y la evaluación del riesgo crediticio. Más allá de otorgar recursos financieros, este enfoque evalúa a las empresas según su desempeño ambiental, social y de gobernanza (ASG) orientado no solo a facilitar capital, sino también a impulsar mejoras estratégicas que generen valor a largo plazo para las empresas y la sociedad.

Por Susana Rocio Tejada Matos
Directora de Sostenibilidad y Desarrollo
EQUITY Risk & Sustainability

La adopción de finanzas sostenibles no solo responde a una responsabilidad ética, sino que también ofrece beneficios tangibles que fortalecen la rentabilidad y el posicionamiento en el mercado. Entre las ventajas más destacadas se encuentran:

1. **Acceso a condiciones financieras más favorables:** Los créditos verdes o vinculados a criterios ASG suelen ofrecer tasas de interés preferenciales y plazos más extensos, dado que las entidades financieras identifican a las empresas sostenibles como inversiones con menor exposición a riesgos futuros. Este enfoque permite optimizar la estructura de capital y mejorar la liquidez operativa.
2. **Optimización de costos y eficiencia operativa:** La implementación de tecnologías limpias, como equipos de bajo consumo energético o sistemas de energía renovable, no solo reduce el impacto ambiental, sino que también disminuye significativamente los gastos en insumos críticos como agua y electricidad. Esta eficiencia se traduce en mayores márgenes de rentabilidad y una operación más competitiva.
3. **Diferenciación y valor de marca en mercados en evolución:** La demanda de productos y servicios sostenibles registra un crecimiento exponencial, tanto en el ámbito corporativo como entre consumidores finales. Las empresas que incorporan prácticas ASG no solo fortalecen su reputación, sino que también acceden a nuevas oportunidades comerciales en sectores donde la sostenibilidad es un requisito clave.
4. **Resiliencia frente a riesgos futuros:** La integración de criterios ASG permite anticipar y mitigar desafíos regulatorios, escasez de recursos naturales o disrupciones climáticas. Esta preparación estratégica no solo garantiza la continuidad del negocio, sino que también posiciona a las empresas como líderes en un mercado cada vez más exigente.

Para acceder a estos beneficios, las medianas empresas pueden seguir un pro-

ceso estructurado siguiendo los siguientes pasos:

1) Diagnóstico ASG:
Antes de buscar financiamiento, la empresa debe entender su propio desempeño ASG.

- **Ambientales (A):** Considerar el impacto de la empresa en el planeta, como la gestión de emisiones de carbono, el uso eficiente de los recursos (agua, energía), la gestión de residuos y la protección de la biodiversidad.
- **Sociales (S):** Evaluar las relaciones con sus empleados, proveedores, clientes y las comunidades donde opera. Incluye temas como las condiciones laborales, la diversidad e inclusión, y la salud y seguridad.
- **Gobernanza (G):** Evaluar el liderazgo de la empresa, la remuneración de sus ejecutivos, las auditorías, los controles internos. Una buena gobernanza es sinónimo de transparencia y prácticas éticas.

2) Diseñar una estrategia de sostenibilidad:
Establecer objetivos claros y medibles, alineados con el modelo de negocio. Como en la etapa anterior ya se conoce el desempeño de la empresa, el paso siguiente es establecer las metas de mejora de ese desempeño en términos ASG, por ejemplo:

- Reducir el consumo energético en un 15 % en dos años.
- Implementar programas de capacitación en sostenibilidad para empleados.

3) Explorar instrumentos de financiamiento sostenible:
Para impulsar proyectos alineados con criterios ASG, es esencial conocer y aprovechar los instrumentos financieros diseñados específicamente para la sostenibilidad:

- **Créditos verdes:** Instituciones financieras como BBVA, BCP y Scotiabank ofrecen líneas de crédito especializadas para proyectos que promueven la eficiencia energética, tecnologías limpias y certificaciones sostenibles. Estos créditos suelen incluir condiciones preferenciales vinculadas al cumplimiento de métricas ASG, incentivando la mejora continua en desempeño ambiental y social.
- **Factoring sostenible:** Modalidad de adelanto de facturas con condiciones financieras preferentes para empresas que cumplen con estándares ASG, facilitando la liquidez y fortaleciendo la cadena de valor sostenible.
- **Fondos de impacto:** Vehículos de inversión dirigidos a proyectos que generan resultados sociales y ambientales medibles, orientados a maximizar el impacto positivo y alinear rentabilidad financiera con objetivos de desarrollo sostenible.
- **Financiamiento verde:** Programas respaldados por entidades como Financiera Confianza o FOGAPI, que facilitan garantías para proyectos sostenibles.
- **Certificaciones:** Adoptar estándares internacionales (ej. Green Bond Principles) para acceder a mercados de capitales verdes.
- **Alianzas público-privadas:** Participar en iniciativas lideradas por el Ministerio del Ambiente (Minam) o cooperaciones internacionales (SECO).

4) Reporte y transparencia:
Comunicar de manera clara y transparente los avances en sostenibilidad a través de reportes especializados es fundamental para fortalecer la confianza de inversionistas, clientes y demás grupos de interés (stakeholders).

Estos informes deben presentar resultados concretos sobre las políticas y acciones ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) implementadas. La elaboración del reporte no debe considerarse un fin, sino el inicio de un proceso de diálogo y mejora continua, donde se establecen metas ambiciosas y se rinde cuenta del progreso con honestidad y responsabilidad.

En conclusión, las finanzas sostenibles no son una tendencia pasajera, sino un imperativo estratégico para las medianas empresas peruanas. Su adopción permite acceder a nuevos mercados, optimizar operaciones y contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La integración efectiva de criterios ASG permite a las medianas empresas no solo sobrevivir, sino liderar la transformación hacia modelos de negocio resilientes, inclusivos y alineados con las tendencias globales emergentes.

GILBERT LEIVA
Presidente de i-ED Educación Digital

¿Estamos preparados para liderar la innovación tecnológica?

Hablar de tecnología ya no es opcional y tampoco inocuo. En el Perú, sectores como banca, salud, manufactura o educación, las decisiones empresariales más importantes ya se están tomando con apoyo de sistemas de inteligencia artificial, análisis predictivo y automatización de procesos. Pero mientras las implementaciones tecnológicas avanzan a una velocidad (por lo general a tasas inferiores a las de países OECD), el desarrollo de competencias digitales en quienes deben liderar estos procesos no siempre va al mismo paso y menos en los usuarios finales. Este desfase ya está pasando factura y es imperativo, enfrentarlo ahora antes que "se nos vaya el tren".

El problema no es solo técnico. El *Estudio Talento Digital 2023,* elaborado por Es Hoy, el BID y el Ministerio de Trabajo, reveló que el 75 % de las empresas peruanas enfrenta dificultades para cubrir vacantes vinculadas a habilidades digitales. Pero el dato más revelador no está solo en los perfiles técnicos: uno de cada cuatro directivos carece de las competencias digitales necesarias para responder a los retos actuales. Es decir, el déficit no solo está en los programadores o analistas de datos, también está en quienes deben tomar decisiones estratégicas.

Esto tiene consecuencias directas. Muchas organizaciones han invertido en tecnología sin lograr mejoras reales, porque sus líderes no saben cómo integrar esas herramientas a los procesos, medir su impacto o alinear su uso con los objetivos del negocio. Implementan IA sin saber cómo funciona, automatizan tareas sin evaluar los riesgos o copian modelos sin considerar el contexto. Así, la transformación digital se convierte en una fachada, no en una ventaja competitiva.

Liderar en este nuevo entorno exige más que intuición. Se requiere alfabetización digital, pensamiento crítico, comprensión de datos, capacidad de adaptación y criterio ético. No se trata de que todos los ejecutivos sean expertos técnicos, sino de que comprendan el potencial y los límites de las tecnologías que sus equipos usan cada día. Sin eso, la innovación se vuelve improvisación.

En i-ED trabajamos con organizaciones que han entendido este reto. Hemos visto cómo la formación estratégica de un pequeño grupo de líderes puede cambiar dinámicas enteras: se empiezan a tomar decisiones basadas en evidencia, se articulan mejor las áreas técnicas con las de negocio, y se construye una cultura que entiende el cambio como una oportunidad, no como una amenaza.

El liderazgo de proyectos digitales no puede seguir siendo una tarea pendiente. Las organizaciones que prioricen hoy la formación de sus equipos directivos en competencias tecnológicas tendrán una ventaja real y sostenible. Porque los desafíos que impone la transformación digital no se resuelven solo con infraestructura: se resuelven con visión, capacidad de aprendizaje y decisión para actuar.

El Perú necesita formar liderazgos que no solo impulsen la innovación, sino que la dirijan con propósito. Porque la tecnología no da sentido por sí sola. Eso sigue siendo —y seguirá siendo— tarea humana.

ARTURO CABALLERO
CEO de A2G

Tecnología e innovación en las finanzas climáticas

La tecnología y la innovación están transformando las finanzas climáticas, especialmente en los proyectos de captura y reducción de carbono, para mejorar su eficacia y transparencia. Estos proyectos son cruciales para compensar las emisiones de gases de efecto invernadero, pero su fiabilidad ha sido cuestionada. La integración de la tecnología es clave para optimizar la medición y asegurar la integridad de los créditos de carbono, avanzando hacia un futuro más sostenible.

Para entender el impacto tecnológico, es fundamental comprender el mercado de carbono. Este mecanismo busca asignar un precio a las emisiones de carbono e incentivar a empresas y gobiernos a reducir su huella. Opera mediante la compra y venta de "créditos de carbono", donde cada crédito equivale a una tonelada métrica de CO2 equivalente. Existen dos tipos principales de mercados: los obligatorios, donde los gobiernos imponen límites de emisión y las empresas deben comprar créditos si los exceden; y los voluntarios, donde individuos u organizaciones compensan sus emisiones de forma voluntaria. Los proyectos que reducen o capturan emisiones (como la reforestación, la energía renovable o la mejora de la eficiencia energética) generan estos créditos, que luego se comercializan.

Una de las áreas donde la tecnología está generando un cambio significativo es en la medición, monitoreo, reporte y verificación (MRV) de los proyectos de carbono. Herramientas avanzadas como satélites y drones equipados con sensores de alta resolución permiten un seguimiento preciso de la biomasa forestal, la salud del suelo y la captura de carbono a gran escala. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático procesan estos grandes volúmenes de datos para identificar tendencias, predecir el impacto de las intervenciones y cuantificar los beneficios ambientales con una precisión sin precedentes. Esto no solo aumenta la fiabilidad de los créditos, sino que también reduce los costos operativos y el tiempo asociado a los métodos tradicionales de MRV.

Más allá de la medición, la tecnología también está revolucionando la financiación y la comercialización de los créditos de carbono, gracias al blockchain y la tokenización. El blockchain crea un historial transparente e inalterable de cada crédito, desde su origen hasta su redención. Cada transacción, verificación y transferencia se registra públicamente, eliminando el doble conteo y el fraude, lo que fomenta la confianza entre compradores y vendedores.

La tokenización, por su parte, permite la representación digital de los créditos de carbono como "tokens". Cada token representa una unidad (una tonelada métrica de CO2 equivalente), haciendo que los créditos sean más líquidos, fraccionables y accesibles para una gama más amplia de inversores, desde grandes corporaciones hasta pequeños inversores individuales. La tokenización reduce los costos y las barreras de entrada al mercado de carbono, democratizando la participación, acelerando la financiación de proyectos, eliminando intermediarios y simplificando el proceso de transacción.

En resumen, la tecnología y la innovación están construyendo un ecosistema de carbono más robusto, confiable y accesible, impulsando la acción climática y una inversión más sostenible.

OMAR QUINTANA
Gerente de Canal Digital Comercial de cbc Perú

Innovar o quedar atrás: tecnología e innovación en la cadena de valor

En un entorno donde la velocidad, personalización y eficiencia ya no son diferenciales sino expectativas básicas, las empresas de bienes de consumo masivo (FMCG) tienen una oportunidad única: transformar su cadena de valor mediante tecnología e innovación. Pero más aún, tienen la responsabilidad de liderar este cambio desde dentro, compartiendo aprendizajes y activando ecosistemas de colaboración.

Refraseando a Satya Nadella, CEO de Microsoft: "Cada empresa se convertirá en una empresa digital", en consumo masivo esto se traduce en repensar cómo operamos, conectamos con el cliente y cómo tomamos decisiones, apalancados en datos y tecnología.

De los datos a las decisiones

El uso de datos ya no es solo descriptivo: hoy habilitamos decisiones predictivas y automatizadas. Con el apoyo de analítica avanzada e inteligencia artificial generativa, empresas líderes están optimizando sus portafolios, anticipando la demanda y ajustando precios dinámicamente. Según McKinsey, las FMCG que implementan capacidades analíticas avanzadas pueden mejorar sus márgenes entre 3 y 5 puntos porcentuales.

Además, la IA generativa está transformando la creación de contenido comercial, el diseño de promociones personalizadas y hasta el desarrollo de productos, alimentados por datos en tiempo real.

Eficiencia y resiliencia operacional

En el corazón de la cadena de valor, la automatización inteligente, los gemelos digitales y el IoT permiten controlar en tiempo real la producción, reducir desperdicios y adaptar las operaciones a cambios en la demanda. El World Economic Forum identifica a las cadenas de suministro digitalizadas como una prioridad crítica para la resiliencia postpandemia.

Estas tecnologías no solo mejoran la productividad; también contribuyen a los objetivos de sostenibilidad, optimizando rutas logísticas y reduciendo la huella de carbono.

Omnicanalidad y conexión directa

En la interacción con el consumidor, los canales digitales han dejado de ser complementarios para convertirse en estratégicos. Modelos D2C (directo al consumidor), programas de lealtad dinámicos y motores de recomendación potenciados por IA están elevando la experiencia del cliente y generando datos valiosos para retroalimentar el modelo de negocio.

El rol de las FMCG como aceleradoras del ecosistema

En cbc Perú, como parte de este proceso de transformación, recientemente organizamos un summit digital abierto a colaboradores y socios estratégicos, donde se compartieron casos de uso, aprendizajes reales y capacidades tecnológicas que están marcando la diferencia en nuestra operación.

Porque no solo se trata de transformar nuestras organizaciones: tenemos un rol clave en visibilizar y poner en valor las buenas prácticas que pueden ser adoptadas en toda la industria. Este tipo de iniciativas generan un círculo virtuoso de innovación colectiva, donde cada avance compartido acelera al resto.

Como bien señala Bernard Marr, experto en transformación digital: "...las empresas que usan los datos y la tecnología de forma inteligente no solo sobreviven, sino que lideran", y si lideramos como industria, el impacto se multiplica.

Conclusión

La tecnología no es un proyecto, es una forma distinta de operar, decidir y competir. Las FMCG que integren innovación en toda su cadena de valor —y que compartan sus aprendizajes— serán las que definan el estándar de la próxima década.

La implementación tecnológica debe responder al negocio y al talento humano

La adopción tecnológica no garantiza la transformación. Solo cuando la innovación se alinea con los objetivos del negocio, se conecta con las personas y responde a una visión clara, genera un cambio real y sostenible.

POR RENZO ROJAS rrojas@stakeholders.com.pe

Quizá nunca antes una tecnología se había adoptado con tanta rapidez. La inteligencia artificial (IA), en especial en su versión generativa, avanza a un ritmo que supera incluso el de la computadora personal o el internet en sus primeros años[1]. Según la firma especializada International Data Corporation (IDC), el uso global de la IA generativa creció del 55 % en 2023 al 75 % en 2024, lo que evidencia no solo su rápida expansión, sino también su consolidación como una herramienta protagonista dentro de las organizaciones.

Este avance tecnológico no solo transforma la forma en que operan las empresas, sino que también está dejando una huella importante en la sostenibilidad. Para Federico Gálvez-Durand, consultor en Gestión de Proyectos de Tecnología de la Información (TI), el impacto de tecnologías como la IA en los procesos de negocio es profundo: su implementación permite optimizar recursos, por ejemplo.

Sin embargo, para que ese resultado sea realmente positivo, es clave comprender cómo y en qué medida la implementación tecnológica puede contribuir a los objetivos del negocio. No se trata solo de adoptar herramientas por moda, sino de integrarlas estratégicamente para generar valor real y sostenible.

"Lo más importante, considero, es tener una estrategia clara en sostenibilidad: reducir la huella de carbono, transformar los procesos hacia modelos más sostenibles, y recién ahí incorporar la tecnología, no al revés", indica.

Federico Gálvez-Durand
Consultor en Gestión de Proyectos de Tecnología de la Información (TI), y fundador y gerente general de Dos Columnas SpA

Cuando la tecnología sigue al negocio

Es fundamental que las empresas definan una estrategia clara en cuanto a qué objetivos persiguen, cómo piensan alcanzarlos y qué ruta seguirán. Solo entonces la tecnología entra en juego como un habilitador. En este escenario, una pregunta vital no es qué tan avanzada es la tecnología, sino si realmente generará un valor duradero para la empresa y su talento.

De hecho, no todas las organizaciones están logrando traducir sus inversiones tecnológicas en resultados concretos. Un estudio de Deloitte (2024) da cuenta de que solo entre el 50 % y el 75 % de las empresas consideran que realmente están obteniendo valor de sus principales inversiones en herramientas como la planificación de recursos empresariales (ERP), la arquitectura de datos, las plataformas en la nube, así como la inteligencia artificial tradicional y generativa.

José Luis Wong, gerente general de Manapro Perú, advierte que toda inversión tecnológica debe estar alineada desde el inicio con la estrategia del negocio.

"Lo interesante es que la verdadera transformación ocurre cuando estas tecnologías se integran estratégicamente y están alineadas con los objetivos empresariales", señala.

"No se puede implementar una tecnología solo porque está de moda o porque la competencia ya lo hizo. Ahí es donde los especialistas intervenimos: primero entendemos el negocio y, a partir de eso, definimos qué se necesita, cuánto se debe invertir y cuál será el retorno", añade.

Por su parte, José-Carlos De Piérola, socio de estrategia social y gerente general de ERM para Perú y Ecuador, enfatiza que el primer paso es identificar qué indicadores persigue la empresa a nivel corporativo y qué compromisos ha asumido en sus políticas internas.

"A partir de esos lineamientos, la tecnología que se implemente debe cum-

[1] Alexander Bick, Adam Blandin, and David J. Deming, "The rapid adoption of generative AI," Federal Reserve Bank of St. Louis, 2025.

plir con dos aspectos esenciales", sostiene.

Para el especialista, el primero es que debe tener un impacto directo en los indicadores clave del negocio; y, segundo, ser financieramente viable: "Así, se asegura tanto el respaldo de la alta dirección como el cumplimiento de las políticas corporativas. Además, todo debe estar alineado con el presupuesto definido por la empresa", explica.

El factor humano y liderazgo

Federico Gálvez-Durand resalta que una verdadera transformación digital se sostiene sobre tres pilares fundamentales: la tecnología, los procesos del negocio y el capital humano: "Los tres deben estar alineados, porque si uno falla, toda la iniciativa puede venirse abajo. Y, sin duda, el más crítico y desafían te es el factor humano".

Menciona, en su experiencia, un caso de implementación de una herramienta digital de trazabilidad que, pese a su alto nivel técnico y funcionalidad, terminó siendo descartada. Debido al tiempo para su desarrollo, al llegar a manos de un nuevo equipo, que no participó en su diseño inicial, la solución fue considerada poco útil y finalmente abandonada.

Para evitar estos fracasos, continúa, la gestión del cambio resulta clave. Todo proyecto tecnológico debe ir acompañado de una estrategia que involucre al personal desde el inicio hasta la puesta en marcha: "De lo contrario, al llegar a operaciones, el equipo puede no comprender, no saber usar o simplemente no querer adoptar la solución. Además, tener a los líderes adecuados al mando del proyecto marca la diferencia".

José-Carlos De Piérola
Socio de estrategia social y gerente general de ERM para Perú y Ecuador

José Luis Wong
Gerente general de Manapro Perú

La importancia del liderazgo idóneo también se refleja en las nuevas dinámicas organizacionales. Según una encuesta reciente de Deloitte, el 30 % de los ejecutivos considera clave que los directores de tecnología y transformación digital trabajen en conjunto con el área de recursos humanos para optimizar la colaboración entre personas y máquinas. Incluso, un 11 % plantea que el rol del Chief Human Resources Officer debería transformarse en un "jefe de recursos humanos y de máquinas".

En ese contexto, el rol del líder detrás del proyecto se vuelve determinante. Es fundamental que quienes estén al mando sepan detectar a tiempo las brechas dentro del equipo, ya sea en conocimientos, habilidades o preparación para adaptarse a nuevas herramientas. Solo así será posible acompañar el cambio con acciones concretas y sostenibles.

Sobre este punto, José Luis Wong destaca que toda transformación requiere, además de tecnología, un cambio cultural bien gestionado. Involucrar al personal que será impactado y detectar líderes internos que puedan actuar como agentes de cambio es esencial.

"La cultura organizacional es un factor crítico en el éxito o fracaso de cualquier iniciativa tecnológica, y su sostenibilidad en el tiempo. Es necesario que las personas dentro de la organización la adopten, la utilicen y la hagan evolucionar mediante la solicitud de mejoras y nuevas funcionalidades", añade.

En ese proceso, la preparación de los colaboradores frente a nuevas tecnologías es un eslabón determinante. Aquí, el liderazgo cobra un papel central: son los líderes quienes deben identificar necesidades de formación, motivar el aprendizaje continuo y asegurar que la tecnología se integre de forma efectiva en la rutina laboral. Caso contrario, un mal proceso de adaptación puede traducirse en baja productividad o resistencia al cambio.

A propósito, no todos los trabajadores perciben beneficios inmediatos con la incorporación de estas tecnologías. Una encuesta de la plataforma Upwork reveló que el 77 % de los colaboradores considera que el uso de IA ha incrementado su carga de trabajo y reducido su productividad. Asimismo, otra investigación[2] expuso que el 61 % afirma que esta aumentará el agotamiento.

[2] Heather O'Neill, "Un estudio sobre el estado de la IA en el lugar de trabajo revela que el 63 % de los trabajadores teme el uso de la IA", 2024.

Por otro lado, un entorno laboral donde los colaboradores están capacitados puede marcar una diferencia significativa en su desempeño. Una investigación de la Escuela de Negocios de Harvard, basada en 700 participantes, reveló que el uso de IA generativa puede aumentar hasta en un 40 % el rendimiento de trabajadores altamente calificados, siempre que se emplee dentro de sus límites funcionales. No obstante, cuando se utiliza de forma inadecuada, el rendimiento puede caer hasta en un 19 %.

Una transformación real

José-Carlos De Piérola señala que los líderes deben tener claridad sobre los objetivos del negocio, los intereses de los inversionistas y el rol de la empresa dentro de su ecosistema. Solo así es posible asumir con decisión los riesgos que implica innovar. Cuando se tiene una visión clara, el camino para apostar por soluciones nuevas y sostenibles se vuelve más definido.

"A veces, la innovación surge cuando no tienes otra alternativa. Cuando enfrentas un problema mayor, te ves obligado a probar, innovar y asumir riesgos. No es el escenario ideal, pero lo importante es que, cuando los líderes tienen una visión objetiva y objetivos claros, pueden prever distintos escenarios y, con base en ellos, establecer cómo adoptar gradualmente nuevas tecnologías que hagan el trabajo más eficiente", explica.

De acuerdo con el informe *Tendencias Globales de Capital Humano 2025* de Deloitte, los líderes enfrentan el reto de integrar y coordinar tecnologías en un entorno donde las fronteras entre ellas son cada vez más difusas. Aunque el 62 % de los encuestados reconoce que esta capacidad es crucial para el éxito organizacional, solo el 28 % afirma estar tomando acciones concretas para abordarlo. Estas cifras dan cuenta de una brecha entre las expectativas y lo que se viene haciendo.

LA ENCUESTA TENDENCIAS GLOBALES DE CAPITAL HUMANO 2025 DE DELOITTE CONSIDERÓ CERCA DE 10 000 LÍDERES EMPRESARIALES Y DE RECURSOS HUMANOS DE 93 PAÍSES.

Más allá de que una tecnología esté alineada con el *core* del negocio y las expectativas de la alta dirección, su implementación solo será exitosa si los colaboradores comprenden cómo esta herramienta les genera valor en su trabajo diario y cómo impacta directamente en sus indicadores de desempeño, resalta José-Carlos De Piérola. Ese entendimiento es el quid para lograr una adopción efectiva y sostenida.

42 %

DE ENCUESTADOS POR DELOITTE IDENTIFICÓ COMO UNA DE LAS BARRERAS, PARA OBTENER VALOR DE SUS INVERSIONES TECNOLÓGICAS, LA FALTA DE INFORMACIÓN CLARA.

"Necesitan entender cómo les aporta valor a ellos, a sus KPI. Puedes tener la mejor tecnología del mundo, pero si eso hace que trabajes el doble, no es eficiente. Quizá tampoco lo sea en términos de costo, en el sentido de que estás pagando por algo que se rehace y que además implica perder horas hombre", enfatiza.

En un panorama de rápida transformación, el verdadero valor de la tecnología no radica únicamente en su sofisticación técnica, sino en su capacidad de integrarse estratégicamente con la cultura organizacional, los objetivos del negocio y el desarrollo del talento. Sin una visión clara, liderazgo comprometido y una gestión efectiva del cambio, incluso las herramientas más avanzadas pueden fallar en su propósito.

La adopción de inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes exige más que inversión: requiere convicción, preparación y una comprensión profunda del impacto que generan en las personas. Al final, la tecnología por sí sola no transforma una organización; son las personas las que, con las herramientas adecuadas, impulsan un cambio sostenible y duradero.

"Podemos concluir que la tecnología puede ser muy poderosa, pero sin una cultura organizacional que la respalde, su impacto en la generación de valor y ventajas competitivas podría ser muy limitado", finaliza José Luis Wong.

Transformar empresas
más allá de la tecnología

Transformando la empresa del futuro. Los nuevos campeones en la era digital, encuesta de KPMG, revela que los avances tecnológicos son el principal factor externo que impulsa el cambio en las organizaciones.

76 %
de los líderes sénior considera que adoptar IA generativa, redes neuronales y gemelos digitales mejora las posibilidades de éxito en la transformación.

88 %
de las empresas lleva a cabo al menos dos procesos de transformación al mismo tiempo.

KPMG señala que, en un proceso de transformación, es clave que los equipos compartan una misión común y trabajen alineados hacia los mismos objetivos. Frente a este escenario:

29 %
solo de los líderes sénior se siente muy preparado tecnológicamente, y el 64 % considera tener una preparación moderada.

73 %
de las empresas con madurez digital confía ampliamente en sus líderes.

2000
líderes, entre sénior y de línea media, incluyó el sondeo.

ING. CARY VÍLCHEZ
Presidenta del Capítulo de Ingeniería Ambiental del Colegio de Ingenieros del Perú

Perú aún no logra gestionar eficazmente lo que consume

En las dos últimas décadas, el Perú ha desarrollado un cambio digital intensivo. Se han abierto claras y nuevas oportunidades al comercio y a la conectividad, casi sin fronteras. No obstante, existe una dimensión crítica que hemos pasado por alto: ¿qué ocurre cuando estos dispositivos llegan al fin de su vida útil? O aún sin ocurrir ello, los nuevos modelos compiten con gran ventaja (por sus nuevas versatilidades) con la ansía de cambiar los "antiguos" por los de modelo 2025, acelerando el consumo por nuevas unidades.

Los resultados son catastróficos. Según el Global E-Waste Monitor 2024, cada peruano ha generado en promedio 6,3 kg de residuos electrónicos (RAEE) en 2024. De dicha cifra solo menos del 3 % ha sido reciclado o tratado adecuadamente. El resto terminó en rellenos sanitarios, botaderos informales o incluso desmantelado de forma artesanal, liberando metales pesados y contaminantes peligrosos. Al igual que en toda Latinoamérica y el Caribe, el Perú está consumiendo tecnología a ritmos acelerados, pero no cuenta con la capacidad técnica, normativa ni cultural para gestionar sus consecuencias. En un inicio se establecieron puntos de acopio para equipos electrónicos, básicamente provenientes de la telefonía celular, pero este sistema se ha tornado en una contramarcha por aspectos logísticos (cantidades y lugares de disposición final), favorecida por la falta de promoción del Estado en su manejo.

Los compromisos de sostenibilidad ESG colocan a las empresas en el centro de este debate. No se trata únicamente de una cuestión ambiental, es estrategia, reputación, compliance, trazabilidad y ojalá competitividad, porque vemos que esta última aún no se hace presente entre las firmas electrónicas en Perú a este respecto de los RAEE. Es también un problema de flujo de caja y contabilidades, activos y pasivos; debido a que en algunas empresas aún existen demoras y obstáculos para derivar el bien sujeto a ser reciclado, considerando la cadena de valor. Es decir, la entrega de cientos y miles de estos aparatos electrónicos (CPU, pantallas, teléfonos, etc.), por ejemplo, a recicladores oficiales o, a falta de estos, a informales. Sin mencionar la existencia de una etapa de intermediación de la corrupción en este intercambio o "entrega" de bienes.

Podemos resumir el problema en múltiples frentes. Primero, el marco normativo aún es insuficiente, y su aplicación es escasa. Aunque existen disposiciones como el Decreto Supremo N°001-2012-MINAM, que establece una Responsabilidad Extendida del Productor (REP), en la práctica son pocas las empresas tecnológicas o importadoras que cumplen con dichas obligaciones. Los sistemas de acopio y logística inversa están subdesarrollados, y muchas municipalidades carecen de los recursos o capacidades técnicas para apoyar estos procesos. Segundo, la informalidad en el manejo de dichos residuos. Miles de niños y adolescentes desmantelan televisores, CPU, celulares y otros dispositivos sin medidas de seguridad. Esta práctica, aunque marginal en términos económicos, tiene un alto costo en salud pública y daño ambiental. Plomo, mercurio, cadmio y otras sustancias peligrosas son liberadas al aire, agua y suelo, afectando comunidades enteras.

Tercero, la ciudadanía desconoce el valor real de los residuos tecnológicos. Existe una falsa percepción de que un celular o laptop "obsoletos" o dañados son simplemente basura. Pero estos residuos contienen componentes reutilizables y metales preciosos como oro, plata, litio y cobre. En modelos eficaces de economía circular, estos materiales pueden reintegrarse a las cadenas de valor, generando ingresos, empleo verde y ahorro de recursos.

Cuarto, importadores, fabricantes, operadores logísticos, recicladores formales, Gobiernos locales y usuarios finales están desvinculados. Sin incentivos y obligaciones, seguiremos atrapados en un círculo vicioso.

Estar preparado desde ahora será una ventaja competitiva. El Perú enfrenta un dilema ineludible: ¿cómo seguir avanzando en digitalización, sin colapsar bajo el peso de lo que desechamos? Este es un dilema ambiental, pero también empresarial, social y económico.

ALFREDO ESTRADA
Director de ATC-Impactahub

IA en transición: impulsando su gobernanza ética para el desarrollo

Las tecnologías emergentes han sido base de los cambios globales más vertiginosos de los últimos cincuenta años, casos como el internet y los teléfonos móviles inteligentes, no solo transformaron mercados, sino que marcaron inflexiones históricas en el modo de vivir, de esa misma forma la inteligencia artificial hoy se está convirtiendo, más allá de ser una innovación tecnológica, en una infraestructura cultural que irá redefiniendo las reglas del juego social, económico y político.

En este contexto, el *Informe sobre el Índice de Inteligencia Artificial 2025* de la Universidad de Stanford, establece que el gasto mundial en IA alcanzó 166 000 millones de dólares en 2023 y se proyecta que supere los 300 000 millones de dólares para 2026, revelándose así un claro proceso de transición con un potencial estratégico determinante para todas las regiones, incluida la latinoamericana, en la que según IBM (2024), el 67 % de las empresas ha acelerado su implementación en IA, pero a su vez consideran a la gestión ética de esta una de las principales barreras de transición, siendo necesario trazar un camino conducido por una gobernanza eficiente, multisectorial y con foco en el desarrollo colectivo.

En ese sentido, el informe *AI for Good Use Cases Landscape 2025*, de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, establece que los cuatro sectores más relevantes usados a nivel global para iniciativas de desarrollo con IA son salud, sostenibilidad, educación y gestión de crisis, ámbitos de acción que indudablemente son tópicos de la agenda de gobernanza presente y futura. El mismo reporte determina que, del total global de estas iniciativas, solo el 2 % provienen de América Latina, frente al 36 % de Europa y 31 % de Asia. Visto así, podemos decir que en nuestra región se está corriendo el riesgo de una transición declarativa, limitada a una adopción superficial de la IA sin desarrollo inclusivo y estructural. Es aquí donde se resalta la importancia de la gobernanza ética tanto conceptual como empírica, que debe de contar con un marco de equidad, justicia algorítmica y soberanía digital.

La gobernanza ética de la IA es definida en *The Carnegie Council for Ethics in International Affairs*, como el conjunto de marcos, políticas y mecanismos que tienen como propósito asegurar el desarrollo responsable, transparente y justo de esta tecnología de frontera, buscando que esté alineada con el bien común y los principios de sostenibilidad que rigen en diversos contextos. Su construcción implica escalar sinergias multiactor con base en tres dimensiones: la implementación de marcos regulatorios, el desarrollo de capacidades técnicas y la adopción de criterios de *accountability*, acelerando así el necesario impulso que se necesita al respecto, tal como lo sostiene el Informe Regional Latinoamericano de Inteligencia Artificial y Gobernanza Ética en América (ILIA,2024).

Este señala que de todos los países LATAM, seis han publicado lineamientos o estrategias nacionales de inteligencia artificial con componentes éticos explícitos, como dato adicional, solo el 22 % las políticas públicas que componen estas estrategias incorporan mecanismos de *accountability* y/o principios de justicia algorítmica.

En lo que respecta al Perú, su avance en el tema se inicia en el 2023 con la Ley 31814 que establece principios de transparencia y supervisión sobre la IA, continuando con el impulso de normativas técnicas con base en la auditoría y la explicabilidad. Hoy por hoy, lo pendiente radica en establecer mecanismos efectivos de implementación, supervisión y cumplimiento real en aras de un sistema nacional de IA responsable. Así las cosas, se puede afirmar que el propósito de un ecosistema de IA en nuestra sociedad trasciende aspectos técnicos, requiere normas claras, supervisión activa, formación especializada y pilotos con evaluación constante, que puedan conducir una sociedad tan digital como justa y preparada para decidir sobre su propio futuro.

Del laboratorio al impacto: el desafío de patentar para transformar

Aunque las solicitudes de patentes en el Perú muestran un avance sostenido, aún persisten retos clave: lograr que más invenciones sean concedidas, impulsar la aplicación real de las tecnologías verdes y traducir la investigación académica en soluciones escalables con impacto en el desarrollo sostenible.

POR RENZO ROJAS rrojas@stakeholders.com.pe

Durante el 2024, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) registró un total de 2016 solicitudes de patentes, entre patentes de invención y modelos de utilidad. De este total, aproximadamente el 45 % corresponde a solicitantes nacionales (residentes), mientras que el resto proviene de extranjeros (no residentes).

En el contexto del desarrollo sostenible, patentar inventos o innovaciones resulta fundamental para proteger soluciones que aporten al cuidado del ambiente, por ejemplo. Manuel Castro, director de la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías del Indecopi, señala que la patente otorga al titular un derecho de exclusividad para comercializar o autorizar el uso de su invención, así como protege la solución original que se ha desarrollado frente a un problema.

"En segundo lugar, es esencial porque cuenta con un documento técnico que describe y detalla la patente. Esta información sirve no solamente al inventor, sino también enriquece el acervo tecnológico en el mundo, ya que existen bases de datos de patentes", explica.

La ruta de la patente

Desde universidades y centros de investigación, se presentan diversos proyectos con la intención de patentarlos en Indecopi. Castro menciona

Manuel Castro
Director de la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías del Indecopi

Fernando Ortega
Chair del Nodo Perú de The Millennium Project

que el primer paso consiste en un análisis de viabilidad para verificar si la propuesta califica como una invención propiamente dicha. Si supera esta etapa inicial, se evalúa si cumple con los siguientes requisitos que establece la ley: el nivel inventivo y la aplicación industrial.

"Para verificar la novedad, los examinadores consultan bases de datos de patentes disponibles en internet, muchas de ellas de acceso gratuito. En cuanto al nivel inventivo, un especialista con conocimientos técnicos en la materia evalúa que la invención no resulte obvia. La aplicación industrial implica que la invención pueda ser reproducida de manera práctica a nivel industrial", manifiesta.

Posteriormente, personal especializado de la Dirección de Invenciones brinda acompañamiento técnico en la redacción del documento descriptivo y en el llenado del formulario correspondiente. Con ello, el inventor queda listo para presentar su solicitud de patente ante Indecopi, teniendo como único paso final el pago de la tasa de presentación.

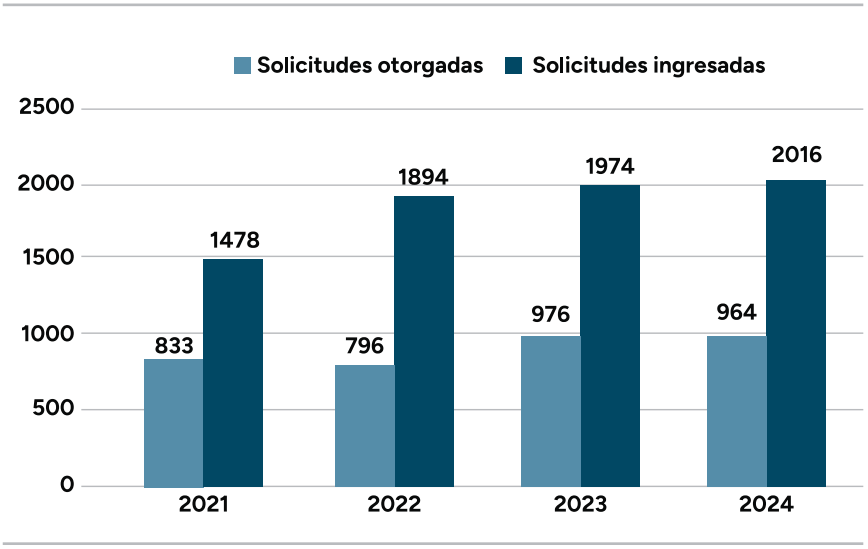
Castro agrega que Indecopi cuenta con un equipo altamente especializado de 22 examinadores de patentes, divididos en dos grandes áreas: farmacia y biotecnología, por un lado, e ingeniería, por el otro. Se trata de un trabajo técnico y riguroso que requiere conocimientos aplicados en cada campo.

El filtro de la invención

Más allá del número de solicitudes, es clave que las patentes sean otorgadas, especialmente a innovaciones que aporten a la sostenibilidad. Solo así se garantiza la protección y aplicación real de soluciones que pueden generar impacto ambiental, social y económico positivo.

"Puede ser que se otorgue la patente si cumple con los requisitos de ley, o que se deniegue. También puede ocurrir que, durante el procedimiento de la solicitud, esta caiga en abandono porque no se ha cumplido con algún requerimiento formulado, o porque, en algún momento, el solicitante decide no continuar con el trámite y desiste", señala Manuel Castro.

La tasa de solicitudes de patentes otorgadas alcanza aproximadamente el 45 %, mientras que cerca del 50 % es rechazada. El porcentaje restante corresponde a solicitudes que no concluyen el proceso, ya sea por abandono o desistimiento del solicitante.



Solicitudes de patentes otorgadas e ingresadas a Indecopi (residentes y no residentes).
Fuente: Indecopi
Elaboración propia

Para Fernando Ortega, chair del Nodo Perú de The Millennium Project, el país necesita cerrar la brecha entre las solicitudes de patentes y las que finalmente son concedidas. A su juicio, el número de patentes otorgadas es un indicador clave para medir el verdadero aporte de la academia y otros sectores al desarrollo tecnológico y la innovación.

El especialista arguye que muchas solicitudes de patentes en el Perú son denegadas porque lo presentado ya fue descubierto y patentado años atrás. Esto suele deberse al desconocimiento de los solicitantes sobre el estado del arte a nivel global.

"Sucede mucho eso. En realidad, más o menos el 20 %, en promedio mundial, se rechaza porque ese conocimiento ya fue registrado en otra parte. Y probablemente sea en China donde se registró, porque este país tiene cerca de 2 millones de patentes (solicitudes) al año", remarca.

Patentes verdes sin despegar

En el 2024, Indecopi aperturó el "Programa Acelerado para Patentes Verdes" con el objetivo de impulsar el proceso de evaluación de solicitudes de patentes relacionadas con tecnologías sostenibles. Manuel Castro señala que los resultados no han sido los esperados. Solo se han registrado dos casos provenientes de la Universidad Continental: uno relacionado con energía eólica y otro con la obtención de combustibles líquidos a partir de plásticos.

"No se ha utilizado mucho el programa. Considero que un factor importante ha sido el tema de la difusión. Contábamos antes con una página web, que luego fue actualizada, y justo se ha lanzado la primera semana de julio: patenta.pe. Es especializada para nuestros usuarios", indica.

Este escenario evidencia la necesidad de fortalecer la promoción de este tipo de iniciativas. Las patentes verdes permiten proteger y fomentar tecnologías que contribuyen a la mitigación y adaptación al cambio climático, por ejemplo. El representante de Indecopi comenta que con esta nueva web y una mayor difusión se proyectan obtener mejores resultados a partir del tercer trimestre del 2025.

"Hemos identificado solicitudes relacionadas a tecnologías verdes, pero este programa está pensado todavía en que el usuario, el solicitante, lo pida. Como estrategia, podemos enviarles mensajes a través de un mail o la página web para invitarlos a formar parte del programa", dice.

Además, destaca que se han hecho esfuerzos para reducir los costos de solicitud, con el objetivo de incentivar un mayor número de patentes. Las tasas para presentar solicitudes de patentes de invención se ha reducido en un 45 % y la de modelos de utilidad en un 30 %. "Actualmente, por ejemplo, el precio de solicitud para una patente de invención es de 396 soles (antes era más de 700), y para un modelo de utilidad es de 226 soles. Eso hará que se incentive un poco más a las solicitudes de los nacionales, porque de hecho ha sido un pedido también expreso de ellos", argumenta.

En el esfuerzo por impulsar más solicitudes de patentes en todos sus programas, Indecopi se ha planteado como meta superar las mil solicitudes nacionales este año. Con la reciente rebaja en las tasas, confían en que será posible lograrlo.

Del aula al mercado

Un gran impulso a la innovación patentada proviene del ámbito académico. Según Manuel Castro, de las 916 solicitudes nacionales de patentes registradas en el 2024, más de 700 fueron presentadas por universidades.

"Hay un poco más de cultura sobre el tema del registro de patentes por parte de las universidades. Se debe no solamente a la difusión, sino también a que Indecopi ha puesto a disposición, a través de la Dirección Nacional de Invenciones, una serie de actividades y programas como el programa Patenta", aclara.

Si bien es crucial que las universidades y otros sectores logren patentar invenciones orientadas a la sostenibilidad, aún no es suficiente. El verdadero impacto ocurre cuando esas soluciones innovadoras, después de ser patentadas, logran concretarse a gran escala, replicarse en diferentes contextos. Solo así la tecnología y la innovación pueden convertirse en herramientas efectivas para enfrentar los desafíos ambientales y sociales del país.

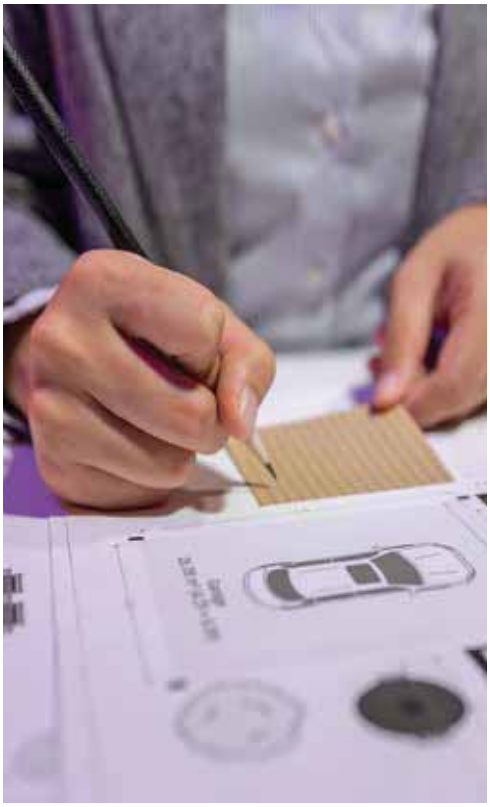
Fernando Ortega advierte que, si bien es importante incentivar las patentes desde el ámbito universitario, lo cierto es que pocas de ellas llegan a tener éxito comercial. En muchos casos, estas pueden surgir más como parte de una exigencia académica que de una necesidad real del mercado.

"Una patente académica lo que está presentando es una nueva forma de hacer algo. Eso no significa necesariamente que sea una forma más económica de hacerlo, por ejemplo. Puede ser una forma más cara de lo que ya existe, por lo que no tiene valor comercial", indica.

"PROGRAMA PATENTA 2025"

299

INVENCIONES DESARROLLADAS DESDE DISTINTAS REGIONES DEL PERÚ SE POSTULARON A LAS TRES PRIMERAS CONVOCATORIAS DE ESTA INICIATIVA DEL INDECOPI.



Es fundamental poner el foco en la cultura de investigación académica. Investigadores deben preguntarse si su labor atiende a un interés netamente académico. El enfoque también debe ser que los proyectos respondan a una viabilidad económica, lo que aumenta su potencial de ser escalables y generar un impacto positivo real.

Ortega va más allá y señala a las empresas unicornio como ejemplo de startups exitosas, cuya valoración supera los 1000 millones de dólares. Una innovación tecnológica o una invención puede convertirse en una de ellas.

"El que siempre ha tenido históricamente más patentes ha sido Brasil en la región. También ha sido el país que, a lo largo de los años, ha creado más este tipo de startups. Justamente, ellas han sido las que, finalmente, se han transformado en empresas unicor nios", complementa.

Para que la investigación académica en el Perú tenga un impacto tangible, es necesario que sus resultados se traduzcan en invenciones o innovaciones con potencial de aplicación real y escalabilidad. De esta manera, el conocimiento generado en las aulas y laboratorios podrá convertirse en soluciones efectivas.

En esa línea, impulsar un mayor número de solicitudes de patentes es solo una parte del camino. El verdadero avance está en lograr que más de estas sean otorgadas, reflejando soluciones concretas desde la innovación y la tecnología. En un panorama donde la sostenibilidad es un reto urgente, las patentes no solo protegen esas ideas, sino que también visibilizan el aporte real que se está haciendo para construir un futuro más sostenible.

Tecnologías para salvar al planeta

Fernando Ortega menciona algunas tecnologías, desde la 5ta Revolución Industrial, que vienen demostrando su potencial frente a los retos que representa la lucha contra el cambio climático.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Optimización del consumo energético, reducción emisiones de carbono y mejoramiento de la eficiencia en cultivos mediante agricultura de precisión.

REALIDAD VIRTUAL

Entrenamiento de profesionales en gestión ambiental sin necesidad de viajes ni consumo de recursos físicos, reduciendo huella ecológica.

COMPUTACIÓN CUÁNTICA

Aceleramiento del desarrollo de nuevos materiales sostenibles, como baterías más eficientes o catalizadores para capturar CO2.

BIOLOGÍA CUÁNTICA

Contribución al entendimiento de procesos naturales como la fotosíntesis, lo que posibilita tecnologías limpias de captura y conversión de energía solar.

Para el especialista, ante este panorama, "los humanos deberán desarrollar sus capacidades de pensamiento complejo para no dejarse avasallar por la IA. Habrá que estar siempre un paso delante de la IA".

ELAINE FORD
Directora fundadora de Democracia Digital
en el Perú y Latinoamérica

La tecnología y el voto joven en el Perú rumbo al 2026

América Latina enfrentará importantes procesos electorales en los próximos meses y a lo largo de 2026, entre ellos los comicios presidenciales de Chile, Perú, Colombia y Brasil. En el caso peruano, alrededor de 26 millones de votantes elegirán a su próximo presidente y representantes ante el Parlamento en abril de 2026. Por tanto, este año se encenderán los motores para una contienda que se perfila como complicada y muy desafiante, considerando las decenas de candidatos que competirán en el proceso y, al mismo tiempo, el modo en que las tecnologías digitales y emergentes pueden ser utilizadas con diversos propósitos, no siempre acertados.

Unos 2.5 millones de jóvenes votarán en una elección por primera vez en el Perú. Este es un dato clave al considerar la influencia de la tecnología en el perfil del elector joven y en la manera en que este suele informarse actualmente. Un reciente estudio en el Perú, a cargo de Datum Internacional, registró que las redes sociales (73 %) son la principal fuente de información sobre noticias y realidad nacional entre los jóvenes, destacando el consumo de programas de noticias en YouTube. Facebook y TikTok son las plataformas donde más se informan en asuntos políticos, aunque al mismo tiempo generan altos niveles de desconfianza: 61 % y 63 % respectivamente.

Estos hallazgos coinciden con el *Digital News Report 2025*, del Reuters Institute de la Universidad de Oxford, al destacar la creciente relevancia del video como fuente informativa. La proporción global de personas que consume video en redes ha crecido del 52 % en 2020 al 65 % este año, y el consumo de video en general ha pasado del 67 % al 75 %.

El informe también reconoce que TikTok es la red que crece con más rapidez: ha subido 4 puntos porcentuales en el promedio de los mercados. Sin embargo, al mismo tiempo, los ciudadanos consideran que TikTok representa una de las principales amenazas en cuanto a información falsa o engañosa, junto con Facebook, que desde hace tiempo es una fuente extendida de preocupación.

Frente a esto, se nos presenta una situación compleja, considerando los altos niveles de desinformación online que suelen proliferar en contextos electorales. El 2024 fue un año electoral a nivel global, y precisamente una de las grandes tendencias y preocupaciones fue el considerable aumento de contenidos falsos, cada vez más sofisticados, facilitados por el uso de la inteligencia artificial, lo que dificulta discernir la veracidad de la información.

Los *deepkakes* o *audiofakes* son cada vez más recurrentes y se viralizan con gran facilidad a través de la configuración de algoritmos. Es una tendencia creciente en el mundo y hay que advertir sobre ello a los votantes y usuarios online; así como instar a la clase política para que no opten por estas prácticas con información falsa como parte de su estrategia de campaña.

Es necesario proteger la integridad de la información en un contexto electoral democrático. La desinformación online tiene un impacto muy severo: manipula a la población, agudiza la polarización política, incentiva los discursos de odio y la violencia, y, principalmente, vulnera la confianza en el sistema político-electoral. Son aspectos que se han vivido intensamente en los comicios anteriores en el Perú.

Es un asunto que no debe perderse de vista en las próximas elecciones en el país; por el contrario, debe atenderse con urgencia a través de acciones decididas tanto por parte de los actores políticos como, especialmente, de los órganos electorales, quienes tienen la responsabilidad de velar por la difusión de contenido veraz, oportuno y transparente. Solo así se podrá salvaguardar la confianza ciudadana y la legitimidad del proceso democrático.

“Lo primero que debemos entender es que no hablamos de transformación digital como un fin”

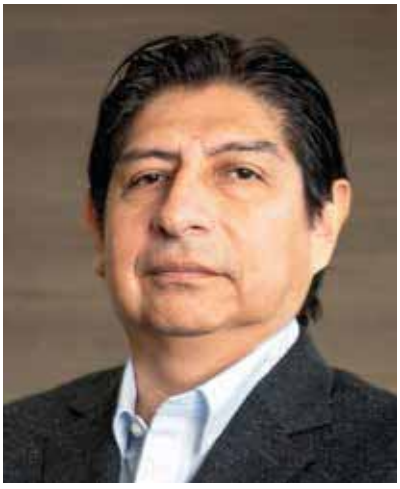
En un mundo donde la disrupción ya no es excepción sino norma, las empresas peruanas enfrentan el enorme desafío de adaptarse —o quedarse atrás. Willy Guerrero, socio líder de Advisory en KPMG en Perú, ofrece una mirada lúcida y estructurada sobre el verdadero estado de la transformación empresarial en el país. A partir de su experiencia y los resultados del estudio global *Transforming the Enterprise of the Future*, advierte: la transformación no es solo digital, es organizacional, estratégica y cultural.

POR OSMARO VILLANUEVA ovillanueva@stakeholders.com.pe

¿Cuál es el verdadero nivel de preparación de las empresas peruanas frente a la revolución tecnológica?
Lo primero que debemos entender es que no hablamos de transformación digital como un fin, sino de una transformación empresarial. La digitalización es un medio. Las empresas deben preguntarse por qué transformarse y con qué tecnología pueden mejorar sus procesos.

En KPMG, dividimos esta transformación en tres grandes ejes: el primero, *Connected*, implica la redefinición del modelo de negocio centrado en el cliente, con base en mucha data. El segundo, *Powered*, se enfoca en la eficiencia operacional. Y el tercero, *Trusted*, busca construir confianza con los diferentes *stakeholders*. Esta es una transformación completa, que parte del entendimiento, desde los directorios y las gerencias generales, de que vivimos en un mundo volátil y cambiante.

¿Y cómo deben prepararse las empresas ante ese mundo volátil?
Necesitamos organizaciones que sean flexibles, resilientes, adaptables y que generen valor. Son esas cuatro cualidades las que hoy definen la sostenibilidad de una empresa en el tiempo.



Willy Guerrero
Socio líder de Advisory en KPMG en Perú

¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan las empresas peruanas para transformarse digitalmente?
Claramente, las grandes empresas tienen más músculo para invertir, pero la brecha no es solo financiera. Incluso en empresas pequeñas hoy existen posibilidades de acceder a tecnología de punta sin necesidad de grandes inversiones. El uso de servicios en la nube bajo demanda, por ejemplo, permite correr algoritmos de analítica, desarrollar campañas de marketing o gestionar productos digitales sin necesidad de comprar infraestructura propia. La democratización tecnológica es real, pero requiere visión.

¿La falta de recursos es el único reto? ¿Qué otras barreras identifica?
Más allá de los recursos, hay una barrera cultural. La transformación requiere que el aprendizaje continuo sea parte de la cultura de la empresa. Si no hay alineamiento entre áreas, si no hay convicción de que esto es un proceso largo y permanente, la transformación fracasa. Incluso las grandes empresas pueden ser víctimas de su propio éxito: se aferran a lo que les funcionó antes y no ven nuevas formas de hacer las cosas. La transformación, innovación y tecnología están circunscritos también a una transformación cultural.

¿Y qué tan preparados están los líderes empresariales para esta transformación?
El liderazgo tiene que asumir un rol activo. No basta con reaccionar. La transformación no puede ser solo una respuesta al mercado o la competencia. Necesitamos directorios, gerencias generales y vicepresidencias que tengan estos temas en agenda de forma permanente. Vemos ejemplos de transformación impulsados desde arriba, pero también muchos casos donde el cambio llega tarde o se gestiona de forma reactiva.

¿Hay consenso entre los líderes sobre la dirección de esta transformación?
En algunos casos sí, pero en otros no. El

estudio global de KPMG muestra que solo el 29 % de los líderes califica su nivel de preparación tecnológica como muy alto. Hay una brecha entre ambición y capacidad instalada. La confianza digital y la alfabetización tecnológica en los líderes está correlacionada con mejores resultados financieros. Pero aún hay mucho por hacer en términos de alineamiento interno.

¿Qué tecnologías están ganando terreno en el Perú y cuáles generan más cautela?
Hoy se habla mucho de RPA, inteligencia artificial, data y analítica. Estas tecnologías permiten optimizar procesos y tomar mejores decisiones. La IA, en particular, ayuda a mejorar la productividad. Sin embargo, todavía hay áreas, como la toma de decisiones críticas o el análisis estratégico, que requieren una mirada humana. La tecnología es una herramienta, pero el juicio sigue siendo del ser humano.

¿Qué tan integradas están las áreas tecnológicas con las de negocio?
Hay una tendencia a replicar transformaciones múltiples al mismo tiempo, como ocurre globalmente, pero en el Perú muchas veces el enfoque es más secuencial. Eso limita el impacto. Falta integración real entre áreas. Las decisiones tecnológicas deben nacer del negocio y no solo de TI. La transformación digital es una transformación del modelo empresarial completo.

¿Qué sectores económicos están liderando esta transformación en Perú?
No podemos hablar de sectores completos. Dentro de cada sector hay empresas líderes que están a la vanguardia y otras rezagadas. Por ejemplo, la banca ha mostrado un ritmo acelerado de adopción, al igual que telecomunicaciones, seguros y retail. Pero incluso en minería o manufactura hay empresas específicas que están marcando la pauta. La innovación depende más del liderazgo empresarial que del sector en sí.

¿Cuáles son las lecciones clave que podrían escalarse desde esas empresas pioneras?
Lo primero es tener un propósito claro. No se trata de digitalizar por digitalizar, sino de alinear la transformación con el valor que se quiere entregar. Lo segundo es tener líderes convencidos. Cuando la alta dirección lidera el cambio, todo el proceso fluye mejor. Y lo tercero es construir capacidades internas. La transformación no puede depender solo de consultores externos; hay que formar equipos internos con capacidades tecnológicas y analíticas reales.

"NO SE TRATA DE DIGITALIZAR POR DIGITALIZAR, SINO DE ALINEAR LA TRANSFORMACIÓN CON EL VALOR QUE SE QUIERE ENTREGAR".

¿La transformación tecnológica mejora los resultados financieros?
Absolutamente. Está demostrado que las organizaciones con mayor madurez digital obtienen mejores resultados. El estudio global de KPMG lo corrobora: los líderes con mayor alfabetización digital contribuyen directamente a mejorar ingresos y eficiencia. Pero, insisto, esto no se logra solo con tecnología. Requiere cultura, estrategia y liderazgo.

¿Cómo evalúa la evolución reciente del ecosistema empresarial en Perú frente a la transformación tecnológica?
Hay avances importantes, pero también desafíos estructurales. Muchas empresas están abordando dos o más programas de transformación al mismo tiempo, como muestra el informe *Transforming the enterprise of the future*. Eso es positivo, pero debe hacerse con visión integrada. La transformación no puede ser un conjunto de proyectos inconexos; tiene que ser parte del ADN de la empresa.

¿Se está midiendo adecuadamente el impacto de estas transformaciones?
En general, no lo suficiente. Muchas empresas no cuentan aún con indicadores claros para medir el impacto real de su transformación. Y cuando los hay, están más enfocados en métricas operativas que en valor estratégico o impacto en el cliente. Se necesita un enfoque más holístico.

¿Qué papel juega la sostenibilidad dentro de esta transformación empresarial?
Es fundamental. La tecnología debe estar al servicio de una empresa más eficiente, sí, pero también más sostenible. No es solo un tema reputacional, sino de competitividad. Hoy, los *stakeholders* exigen transparencia, trazabilidad y compromiso con el entorno. La sostenibilidad debe integrarse en todos los procesos.

Finalmente, ¿cómo ve el futuro inmediato de las empresas peruanas en este proceso?
Hay mucho potencial. Las condiciones están dadas. Pero depende de cada empresa dar el paso con convicción. La transformación tecnológica no es un hito, es un camino. Y como tal, hay que recorrerlo con visión, liderazgo y capacidad de adaptación.

Tecnología y productividad: el rol de los CITE en las mipymes del Perú

Con una oferta de más de 50 servicios tecnológicos, la red CITE del ITP acompaña a las mipymes en todo el país en la mejora de sus procesos productivos, facilitando la adopción de tecnologías, la innovación y la transferencia de conocimiento especializado.

POR EQUIPO STAKEHOLDERS

El Instituto Tecnológico de la Producción (ITP) viene contribuyendo a la mejora de la productividad de diferentes negocios de todo el país a través de los Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITE). Los sectores agroindustrial, acuícola, pesquera, forestal, textil-camélidos, y cuero y calzado son los beneficiados hasta la fecha.

En estos centros, se brindan diversos servicios tecnológicos a unidades productivas. Se ofrecen asistencia técnica para la transferencia de conocimientos especializados; ensayos de laboratorio en distintos campos (física, química, biología, etc.) para lo toma de decisiones; soporte frente a cuellos de botella o equipamiento ineficiente en procesos productivos; y diseño y desarrollo para productos nuevos o mejorados, empaques o envases.

"La red CITE cuenta con 25 centros públicos y 8 unidades técnicas, las cuales permiten ampliar la intervención de los CITE públicos con un impacto a nivel nacional. A mayo del 2025, se han brindado más de 33 000 servicios a alrededor de 6000 unidades productivas a nivel nacional, siendo los servicios de ensayos de laboratorio los más solicitados con un total de 13 000 intervenciones", indican.

Actualmente, el instituto también despliega una potente cartera de 50 servicios tecnológicos enfocados en sostenibilidad y economía circular, beneficiando a emprendedores y empresas en 10 regiones del país. A través de 12 CITE especializados en agroindustria, pesca y acuicultura, cuero calzado y textil camélidos, se ofrecen gratuitamente capacitaciones, asistencias técnicas y ecodiseño de productos.

El CITEagroindustrial Huallaga es otro centro activo de toda la red a nivel nacional.

"Esta oferta técnica cubre temas estratégicos como la gestión circular del recurso hídrico, gestión de residuos agroindustriales, aprovechamiento de mermas, eficiencia energética, diseños con enfoque circular y reducción del impacto ambiental en procesos productivos", mencionan.

Casos de éxito

Siamba S.A.C., operadora del reconocido restaurante La Patarashca en Tarapoto, representa un caso de éxito en la aplicación de la economía circular a la gastronomía amazónica. Desde el ITP comentan que, con el acompañamiento técnico del CITEproductivo San Martín, se ha logrado desarrollar productos innovadores como el Garum amazónico y el jamón de paiche, optimizando el aprovechamiento integral de esta especie nativa y minimizando el desperdicio.

"Su propuesta integra sostenibilidad ambiental, identidad cultural y valor agregado gastronómico, consolidándose como un referente en el uso responsable de los recursos hidrobiológicos de la región", detallan.

Otros ejemplos son las empresas Ferreyros Productora Catering S.A.C. e Imprenta Editora Gráfica Real S.A.C. La primera, enfocada en alimentos y catering, ha llegado incluso a triunfar en un concurso de ProInnóvate con el apoyo del CITEagroindustrial Ica; en tanto que la segunda, con la participación del CITEagroindustrial Chavimo-

chic, ha realizado la formulación de proyectos para la elaboración de alternativas competitivas y sostenibles de empaques empleados en la industria alimentaria.

Algunos desafíos

Tal como remarcan desde el ITP, la red CITE desempeña un rol clave en el desarrollo de las mipymes peruanas, atendiendo diversas cadenas productivas en todos los departamentos del país. En esa línea, también han identificado que cada sector y región enfrenta desafíos específicos, por lo que la labor como centros debe adaptarse a estas particularidades.

"Uno de los principales retos es ampliar la población objetivo, mediante una estrategia de difusión más efectiva que destaque no solo los servicios que ofrecemos, sino también las oportunidades de mejora que representan para las empresas. Es fundamental que más productores conozcan y accedan a los servicios tecnológicos, diseñados para optimizar sus procesos y aumentar su competitividad", enfatizan.

Asimismo, han podido identificar que muchos emprendimientos mantienen métodos tradicionales de producción que, aunque sean funcionales, podrían ser mejorados significativamente con apoyo especializado.

"De este modo, muestran resistencia al cambio por temor a inversiones iniciales o modificaciones en sus procesos, priorizando resultados inmediatos sobre mejoras a mediano y largo plazo", explican.

Advierten que la escasez de plantas de producción y de instituciones, que ofrezcan servicios tecnológicos orientados a la innovación y la transferencia tecnológica, representa uno de los principales desafíos para mejorar la productividad de los negocios en el país, con un enfoque sostenible.

"A pesar de todo ello, los resultados hablan por sí mismos: las mipymes que aprovechan los servicios logran productos innovadores y procedimientos mejorados, llegando incluso a mercados internacionales. Esto se debe a que los CITE no solo brindan asesoría puntual, sino que realizan un seguimiento continuo, fomentando una relación cercana con los empresarios para adaptarse a sus necesidades y promover nuevos servicios que impulsen su crecimiento", manifiestan.

Rentable y sostenible

Hoy las empresas tienen una gran oportunidad: adoptar tecnologías que, además de ser rentables, fortalecen su sostenibilidad. Para el ITP, es posible asegurar que estas implementaciones generen retornos económicos sin comprometer los objetivos de sostenibilidad, siempre y cuando se adopte una visión integrada desde el diseño del producto o servicio.

Desde el CITEproductivo San Martín también se han trabajado innovaciones en el rubro alimenticio.

El Garum amazónico se ha posicionado como un producto innovador.

"La clave está en seleccionar tecnologías que no solo potencian la productividad, sino que generen valor agregado sostenible, como la optimización energética, el aprovechamiento de subproductos y el uso eficiente del agua. Para lograrlo, resulta fundamental contar con el acompañamiento adecuado", argumentan.

Es en este panorama que la red CITE se posiciona como un socio técnico clave al brindar servicios de asistencia especializada y capacitación sectorial. Con este soporte, las empresas pueden transitar hacia modelos circulares mediante una implementación progresiva, con beneficios económicos concretos y mejoras ambientales verificables.

"Al aplicar estrategias como la reducción de desperdicios, la mejora de eficiencia energética o el ecodiseño orientado a prolongar la vida útil de los productos, se obtienen beneficios económicos directos y se fortalece el posicionamiento frente a clientes, aliados y mercados que valoran la responsabilidad ambiental", finalizan.

En un contexto donde la sostenibilidad ya no es una opción sino una necesidad, el acompañamiento que ofrece la red CITE se perfila como herramienta clave para que más empresas peruanas transiten hacia modelos productivos eficientes, innovadores y responsables. El desafío ahora está en ampliar el alcance de estas iniciativas y consolidar una cultura empresarial que apueste por el cambio tecnológico con visión de futuro.

esan

Marco Vinelli

Director de ESAN School of Government

“El Perú necesita funcionarios bien capacitados a la altura de las exigencias del ciudadano”

ESAN School of Government nació en el 2024 con el propósito de impulsar la mejora de la administración pública en el Perú. En el marco del primer aniversario de la escuela, su director, Marco Vinelli, analiza la actualidad de la gestión pública en el país y expone los retos que enfrentan los gestores públicos en el contexto actual.

POR RENZO ROJAS rrojas@stakeholders.com.pe

¿Por qué es tan importante que el Perú cuente con gestores públicos preparados para afrontar los desafíos que presenta el país?

La capacitación constante es crucial para que los funcionarios y gestores públicos estén bien informados sobre los cambios y las innovaciones en sus respectivas áreas. Este conocimiento potenciará su labor, lo que elevará la eficiencia y la productividad del aparato estatal. Asimismo, les brindará un cambio de mentalidad que conducirá al ajuste del marco normativo para que sea más acorde a la realidad nacional.

También es importante recordar que los servicios públicos atienden las necesidades básicas de la población y siempre tendrán demanda. Por ello, se necesitan funcionarios bien capacitados que estén a la altura de las exigencias del ciudadano. ESAN School of Government busca brindar estos conocimientos para que los profesionales del sector público sepan formular y ejecutar leyes, reglamentos y políticas públicas de manera que brinden servicios de mayor calidad para todos.

¿Qué consecuencias trae la ausencia de gestores públicos capacitados para la ciudadanía y el desarrollo del país?

Cuando las instituciones públicas no tienen personal capacitado, se formulan políticas públicas poco eficientes y existe una inadecuada ejecución. Así, las personas reciben servicios de baja calidad o, en algunos casos, ni siquiera disponen de ellos. Por esta razón, hoy observamos largas colas para acceder a una simple consulta en los hospitales, un deterioro considerable en las carreteras nacionales, una cantidad importante de casos de anemia en las zonas rurales y la falta de acceso a internet en los colegios, entre otros problemas. A nivel macro, esta situación deriva en una pérdida de competitividad y productividad para el Perú. En pocas palabras, la falta de funcionarios capacitados obstaculiza el desarrollo sostenible de nuestro país.

¿Qué motivó la creación de ESAN School of Government? ¿Por qué era necesario apostar por este espacio académico en este momento?

ESAN tiene 62 años de capacitación a la alta gerencia del país y hace casi 40 años ofrece progra-

Conferencia Retos y Oportunidades de los Aranceles impuestos por EE. UU. Marco Vinelli, director de ESAN School of Government; Ismael Benavides, empresario agrícola y exministro de Agricultura; Eduardo Castillo, congresista y presidente de la Comisión Agraria del Congreso de la República; Luis Carranza, exministro de Economía y Finanzas; y Gabriel Amaro, presidente de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP).

mas de gestión pública, tanto a nivel de cursos como a nivel de maestrías. Con el objetivo de fortalecer y profundizar esta formación, creamos la Escuela de Gobierno y Gerencia Pública. Así, aprovechamos mejor el *know-how* relacionado con la alta gerencia privada y lo transmitimos a los funcionarios públicos para que tomen mejores decisiones, en función del bien común.

El objetivo es que puedan tomar decisiones efectivas y eficientes que brinden mejores servicios al ciudadano, como corresponde a las políticas públicas. Más allá de la gestión pública, también queremos impulsar otros aspectos del aparato estatal, como el desarrollo sostenible, las regulaciones y los once sistemas administrativos del Estado peruano.

¿Qué vacíos identificaron en la formación de servidores públicos en el Perú?

Desde nuestra perspectiva, todo funcionario público debe poseer tres elementos importantes en su perfil. El primero es sentir que toman decisiones con sentido de urgencia. Necesitamos funcionarios públicos que respondan más rápido a las necesidades del ciudadano. Ahí es donde el *expertise* de ESAN calza a la perfección porque somos expertos en capacitación para la toma de decisiones gerenciales. Esperamos que el funcionario público tome decisiones más rápidas y, por eso, el sentido de urgencia está impreso en todos nuestros graduados actuales y en los futuros egresados de la Escuela de Gobierno.

ESAN CUENTA CON UNA AMPLIA EXPERIENCIA EN LA FORMACIÓN DE GESTORES PÚBLICOS, UNA RED DE CONTACTOS COMPUESTA POR MÁS DE 439 GRADUADOS DE LA MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA Y MÁS DE 136 000 EGRESADOS DE SUS PROGRAMAS DE GOBIERNO.

El segundo elemento es que las políticas públicas deben elaborarse con base en la realidad nacional. No necesitamos políticas públicas de escritorio, sino basadas en evidencias. Nosotros apro-

vechamos nuestro expertise para enseñarles a los gestores públicos que es necesario conocer el mercado, es decir, el funcionamiento de la economía y su impacto en cada sector para lograr políticas más eficientes y efectivas.

El tercer elemento es el sentido de la ética, que debe estar presente en toda labor pública. Es importante enseñarle al funcionario las prácticas positivas y negativas en el interior de su sector. Esta línea no siempre está definida con mucha claridad y, por eso, es importante que, desde su formación base en ESAN School of Government, sepa con exactitud cómo debe obrar en función de las necesidades de la ciudadanía.

¿Cómo se estructura la propuesta educativa de ESAN School of Government?
Tenemos dos áreas principales. La primera es Maestrías, a través de la cual buscamos que nuestros estudiantes se gradúen como magísteres en Gestión Pública, Desarrollo Sostenible, o Servicios Públicos e Infraestructura. La segunda área es Programas Institucionales, mediante la cual ofrecemos Programas y/o Diplomas de Especialización en los sistemas administrativos del Estado: contrataciones, inversión pública, asociaciones público-privadas, etc.

Esta área también incluye los cursos cortos que permiten al estudiante actualizar sus conocimientos en temas de su interés durante un mes o un mes y medio. Así, ofrecemos una oferta educativa que agrupa más de doscientos programas, diplomas y cursos enfocados en los sistemas administrativos del Estado. También organizamos cursos a pedido de las instituciones públicas que desean reforzar determinados conocimientos entre sus colaboradores.

¿Cuál es el público objetivo de los programas de ESAN School of Government?
En líneas generales, apuntamos a todos los funcionarios de los tres niveles de Gobierno que deseen capacitarse. Aunque el sector público ya tiene once sistemas administrativos bien definidos, todos atraviesan cambios importantes durante el transcurso del año. Por ejemplo, en el 2024, se aprobó la nueva Ley de Contrataciones del Estado. Este año, se aprobó el nuevo Reglamento de las Elecciones Primarias. Los funcionarios que trabajan en estas áreas específicas deben actualizar sus conocimientos sobre las nuevas normativas. Asimismo, tenemos leyes o lineamientos relacionados con las asociaciones público-privadas que se actualizan cada cierto tiempo y cuyas novedades es necesario manejar.

"ESAN TIENE 62 AÑOS DE CAPACITACIÓN A LA ALTA GERENCIA DEL PAÍS Y HACE CASI 40 AÑOS OFRECE PROGRAMAS DE GESTIÓN PÚBLICA".

¿Cuál es el perfil del egresado de ESAN School of Government?
Podemos distinguir hasta tres perfiles. El primero corresponde al graduado de alguna de nuestras tres maestrías. Este profesional recibe el grado de magíster en gestión pública, desarrollo sostenible o regulación de servicios públicos e infraestructura. Así, podrá desempeñar funciones en los puestos con más responsabilidades del sector público (ministro de Estado, viceministro, secretario general, director general, etc.).

El segundo perfil corresponde a personas que ya trabajan en el sector público y requieren una mayor capacitación o especialización en sus respectivas áreas. Por ejemplo, tenemos alumnos que desempeñan funciones logísticas y requieren conocer las leyes y los reglamentos respecto a la contratación pública. En su caso, les ofrecemos programas de especialización relacionados con el sistema de contrataciones del Estado.

El tercer y último perfil corresponde a los profesionales que desean profundizar o actualizarse en algún tema muy específico. Para estas personas, disponemos de algunos cursos de corta duración que les permitirán revisar casos prácticos relacionados con su área de trabajo y extraer aprendizajes que luego podrán aplicar en su jornada diaria. Esta oferta incluye temas como la atención de desastres, la tributación o la contabilidad pública.

¿Cómo se adapta el portafolio de ESAN School of Government a las necesidades de estos perfiles profesionales?
En la actualidad, ofrecemos programas semipresenciales y virtuales. En el caso de los últimos, la virtualidad es sincrónica, es decir, el docente se encuentra frente a la cámara en todo momento.

¿Cuáles son las ventajas diferenciales de la propuesta educativa y de servicios que ofrece ESAN School of Government?
ESAN es una escuela de negocios muy reconocida gracias a la calidad de su formación, que permite a los gerentes tomar decisiones más efectivas. Esta habilidad es igual de necesaria entre los líderes de alto y mediano nivel, en el sector público. Asimismo, todos nuestros programas fortalecen los tres aspectos antes mencionados y que consideramos imprescindibles en el perfil del funcionario público: sentido de urgencia para tomar de-

Aniversario de ESAN School of Government. Marco Vinelli, director de ESAN School of Government; Paul Castillo, gerente general del BCRP; y Jaime Serida, rector de la Universidad ESAN.

cisiones rápidas, conocimiento de la realidad para formular y ejecutar políticas públicas adecuadas, y reconocimiento de las buenas y malas prácticas para no incurrir en actos de corrupción.

El desarrollo sostenible es uno de los principales ejes de ESAN School of Government. ¿Cómo se refleja en la malla curricular de los programas?

El crecimiento económico es importante, pero no basta por sí solo para mejorar la calidad de vida de la población, de cara a las futuras generaciones. El desarrollo sostenible es un componente clave para combatir la pobreza y no quedarnos estancados como un país de ingresos medios. En ese sentido, todos los programas de nuestra escuela buscan dotar a los estudiantes de las herramientas que les ayuden a concretar este crecimiento con un enfoque que impulse la participación de la sociedad en los asuntos ambientales y económicos. De lo contrario, no podremos desarrollar ningún sector productivo.

Otro eje transversal en los programas de ESAN School of Government es el enfoque en el ciudadano. ¿En qué consiste este eje?

El funcionario público debe entender que realiza su trabajo para que la ciudadanía disfrute de mejores servicios públicos en cuanto a seguridad, salud, educación y otras áreas clave. Es la misma relación que existe entre una empresa y sus clientes. Por ejemplo, nuestra Maestría de Regulación y Servicios Públicos e Infraestructura incluye cursos que miden la gestión de estos servicios desde el punto de vista del ciudadano, es decir, según su nivel de satisfacción.

EN EL PERÚ ACTUAL, EXISTEN 1.6 MILLONES DE FUNCIONARIOS PÚBLICOS CON DIFERENTES MODALIDADES DE CONTRATO. SU CAPACITACIÓN CONSTANTE ES CLAVE PARA GARANTIZAR SERVICIOS DE CALIDAD A LA CIUDADANÍA.

¿Con qué fin se estableció el servicio de consultoría de ESAN School of Government y cuáles son sus alcances?

Nuestra universidad tiene muchos conocimientos y habilidades que pueden ser puestas a disposición de las instituciones públicas en el Perú. En ese sentido, nuestra área de Consultoría ofrece diversos servicios de asesoramiento y elaboración de expedientes de acompañamiento en los procesos de formulación y ejecución de políticas públicas para los tres niveles de Gobierno. Participa-

mos de forma activa en diferentes procesos abiertos de convocatoria y presentamos nuestra oferta para brindar servicios de consultoría a las instituciones públicas. Mediante este servicio, buscamos una mayor integración entre la academia y los sectores público y privado.

En el marco de la nueva propuesta de la Escuela, ¿qué actividades ha realizado ESAN School of Government durante su primer año?

Nuestro objetivo es abrir espacios en los que los diferentes actores sociales puedan debatir y contrastar ideas para diseñar las políticas públicas más efectivas y contribuir al desarrollo sostenible del país. Con miras a este posicionamiento, hemos desarrollado muchas actividades durante el último año. Por ejemplo, organizamos un debate abierto en la universidad sobre el financiamiento privado para partidos políticos. También promovimos actividades sobre las preocupaciones relacionadas con la educación superior en el país y cómo aumentar la accesibilidad y la calidad educativa para los más de un millón de universitarios que existen en el Perú. También hemos realizado actividades sobre políticas públicas para mejorar la seguridad ciudadana, por citar solo algunos ejemplos.

¿Qué retos importantes presenta la administración pública en el Perú y cómo se insertan en la propuesta educativa de ESAN School of Government?

El sector público afronta diversas necesidades en cuanto a formación, pero el reto principal hoy es la baja calidad de los servicios públicos y diversos problemas en ejecución presupuestal que persiste en los tres niveles de Gobierno. La ejecución de inversiones en el país registró un récord importante durante el último año, pero este logro debería reflejarse en mejores servicios públicos para el ciudadano. Es ahí donde la formación continua y de calidad que ofrecemos busca ayudar a los funcionarios a enfrentar y superar estos desafíos en beneficio para la población.

“EL FUNCIONARIO PÚBLICO DEBE ENTENDER QUE REALIZA SU TRABAJO PARA QUE LA CIUDADANÍA DISFRUTE DE MEJORES SERVICIOS PÚBLICOS”.

Finalmente, ¿por qué un profesional debería formarse en ESAN School of Government?

Porque nuestra institución le brindará la formación necesaria para cumplir sus funciones con éxito. Aprenderá a tomar decisiones con rapidez y sentido de urgencia, además de distinguir las buenas y malas prácticas en el interior de la gestión pública. También conocerá con mayor profundidad la realidad nacional, de manera que pueda diseñar y ejecutar políticas públicas más efectivas. Nuestros programas le permitirán enfrentar y superar todos los retos que conlleve su labor como funcionario público.

89 % de las empresas peruanas reportan sostenibilidad, pero pocas la lideran desde la alta dirección

En el Perú, más empresas están reportando sostenibilidad, pero no todas lo hacen con rigor. En plena revolución digital, el desafío ya no es solo publicar un informe, sino liderar con datos confiables, compromiso real y visión estratégica.

POR OSMARO VILLANUEVA ovillanueva@stakeholders.com.pe

En medio de una década marcada por la urgencia climática, las tensiones geopolíticas y la creciente presión social por mayor transparencia, los reportes de sostenibilidad han dejado de ser un ejercicio voluntario para convertirse en una herramienta clave de gestión y gobernanza empresarial.

Desde el Perú, una transformación silenciosa se viene gestando: más compañías están reportando, adoptando estándares internacionales, digitalizando sus procesos y apostando por métricas verificables. Pero ¿hasta qué punto esta transición representa un cambio estructural o solo una respuesta táctica?

Del compromiso a la acción

Uno de los puntos más críticos sigue siendo el liderazgo desde la alta dirección. Según Adriana Quirós, *country manager* del Pacto Global de la ONU en el Perú, solo el 23 % de las gerencias lideran activamente la sostenibilidad en sus organizaciones, de acuerdo a los resultados preliminares de la Consulta Empresarial de Sostenibilidad 2025.

"Esto significa que todavía los líderes empresariales tienen un gran camino a recorrer para impulsar la sostenibilidad dentro y fuera de sus empresas", afirma.

La baja participación desde los más altos niveles de decisión representa un cuello de botella que impide escalar los esfuerzos sostenibles. "El salto del compromiso a la acción viene de la mano con el liderazgo de las altas gerencias, que pueden acelerar la asignación de presupuesto y asegurar la incorporación de los KPI sostenibles en los reportes trimestrales", precisa Quirós.

Cifras alentadoras, pero con asimetrías

A pesar de los desafíos, el Perú se posiciona como uno de los países con mayor nivel de adopción del reporting ESG en América Latina. Según el estudio de KPMG sobre Informes de Sostenibilidad 2024, el 89 % de las empresas peruanas más grandes divulga reportes de sostenibilidad, ubicándose por encima del promedio regional (69 %) y solo por detrás de Chile y Brasil.

Además, el 77 % de estas empresas utiliza los estándares del GRI, y el 50 % incorpora criterios del Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (SASB) en sus estados financieros. Otro dato significativo es que el 78 % ha identificado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) más relevantes a su actividad. Sin embargo, solo el 42 % se ha alineado a iniciativas científicas como la Science-Based Target Initiative para reducir emisiones de GEI, y apenas una empresa ha cuantificado el impacto financiero del cambio climático.

Esta madurez desigual también se expresa en el reconocimiento de los riesgos: aunque el 62 % de las empresas considera que el cambio climático es una amenaza para sus operaciones, solo un 56 % reconoce la pérdida de biodiversidad como un riesgo tangible, y apenas el 58 % hace lo mismo respecto a riesgos sociales como derechos humanos o condiciones laborales.

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

José Luis Ruiz
Director de Finanzas Sostenibles de A2G

Marizoila Fontana
Directora de Sostenibilidad de la UPC

El riesgo del "maquillaje" sostenible

Para José Luis Ruiz, director de Finanzas Sostenibles de A2G, uno de los principales riesgos actuales es el *greenwashing* o "maquillaje verde". "*Stakeholders* globales detectan cada vez más rápido declaraciones ambiguas o sin respaldo. La consecuencia suele ser una crisis de credibilidad, boicots, pérdida de ventas y mayores exigencias de auditoría", advierte.

Ruiz sostiene que reportar parcialmente o con superficialidad también limita el acceso a financiamiento preferente y afecta la relación con clientes globales que exigen estándares ESG rigurosos. Además, la falta de información clara repercute en toda la cadena de valor, generando un "efecto cascada" de riesgos operativos y reputacionales.

En esa línea, Marizoila Fontana, directora de Sostenibilidad de la UPC, coincide: "Un reporte superficial no solo daña la reputación externa, sino que afecta la toma de decisiones internas. Un buen informe no es una vitrina de buenas intenciones, sino una brújula estratégica para identificar riesgos, brechas y oportunidades".

La era digital del reporting

La publicación reciente de la Sustainability Taxonomy del GRI marca un punto de inflexión. Esta nueva herramienta convierte los estándares GRI en datos estandarizados y legibles por máquina (XBRL), facilitando su integración con sistemas financieros globales. Para Ruiz, "esto ya no es el futuro, es el presente. El reporting digital permite validar, auditar y comparar datos ESG en tiempo real, fortaleciendo la confianza y reduciendo errores".

A través de esta innovación, se podrá automatizar la generación de reportes, validarlos en línea, exportarlos en formatos como iXBRL o Excel, y compararlos a nivel regional o global. Esto no solo eleva la

transparencia, sino que alinea los informes de sostenibilidad a los mismos principios de gobernanza y control que rigen los estados financieros.

El Perú ya se perfila como un referente en este nuevo paradigma. En la edición 2023 del Programa de Negocios Competitivos del GRI, se reconocieron a 377 empresas peruanas —en su mayoría mypes— como líderes en la adopción voluntaria del reporte de sostenibilidad. Con la taxonomía digital, estas organizaciones tienen la oportunidad de mejorar la trazabilidad, acceder a financiamiento y escalar su impacto positivo en mercados internacionales.

¿Qué significa reportar bien?

Una de las discusiones más importantes hoy gira en torno a la doble materialidad: el deber de reportar tanto los impactos del entorno sobre la empresa (riesgo financiero) como los impactos de la empresa sobre el entorno (impacto social y ambiental).

Según KPMG, el 44 % de las empresas latinoamericanas ya incorpora este enfoque de doble materialidad, con el Perú en similar tendencia. "Implementarlo no es sencillo: requiere metodologías integradas, diálogo con *stakeholders* y análisis detallado de la cadena de valor", sostiene Ruiz.

La convergencia de estándares también es clave. La nueva taxonomía del GRI ya se articula con marcos como el ISSB, el ESRS y el TCFD, lo que permite a las empresas cumplir con múltiples exigencias regulatorias simultáneamente. En este contexto, el rol de los CFO y los comités de sostenibilidad se vuelve más estratégico que nunca.

Auditoría, verificación y transparencia real

¿Deberían los reportes de sostenibilidad ser auditados al igual que los financieros? Fontana cree que sí, aunque con matices. "La auditoría es útil si aporta valor. Pero antes de auditar, hay que construir: si no tienes una estrategia sólida, indicadores trazables y procesos consistentes, lo que se audita es solo un documento débil".

La verificación independiente puede ser clave en sectores de alto impacto o donde se manejan fondos públicos. Sin embargo, todas las fuentes consultadas coinciden en que lo esencial es la integridad y trazabilidad de la información, más allá del sello o la certificación.

La sostenibilidad como criterio de negocio

La sostenibilidad ya no es solo un imperativo moral. Es una condición para operar en un entorno global más exigente, digitalizado y consciente. Quien no reporta bien, queda fuera. Quien no reporta con datos, pierde confianza. Quien no conecta estrategia, riesgo y desempeño ESG, pone en peligro su reputación, su valor y su licencia social para operar.

Perú muestra avances alentadores, pero también desafíos estructurales. La oportunidad está en consolidar esta transición de forma integral, donde sostenibilidad y estrategia de negocio sean una sola conversación, y donde los reportes no solo cuenten una historia, sino construyan futuro.

Sostenibilidad en contexto

Todo lo anterior se desarrolla en un entorno nacional marcado por brechas estructurales. Según el INEI, al cierre del primer semestre de 2025 el país registra un avance del 51.2 % en el cumplimiento de los ODS. Objetivos como Educación de Calidad (75 %), Paz e Instituciones Sólidas (71 %) y Fin de la Pobreza (69 %) muestran progreso, mientras que Producción y Consumo Responsable (8 %) y Acción por el Clima (25 %) están notablemente rezagados.

El Índice de Competitividad Regional 2025 del IPE muestra una correlación directa entre competitividad y pobreza. Moquegua, Lima Metropolitana y Arequipa lideran el ranking con puntajes entre 6.9 y 7.4; mientras que Loreto, Ucayali y Puno ocupan los últimos lugares con índices inferiores a 4.2. No es coincidencia que cinco de las ocho regiones más pobres del país estén en el tercio inferior del ranking de competitividad.

Frente a estas disparidades, el CEPLAN destaca que si bien hubo mejoras en cobertura de servicios e infraestructura tras la pandemia, persisten desafíos como la creciente pérdida de bosques, el incremento de GEI y la desigualdad en la distribución de riqueza. "El riesgo para la agenda de desarrollo es real si no se abordan la corrupción, la informalidad y la debilidad institucional", señala el III Informe Nacional Voluntario sobre la Agenda 2030.

CECILIA RIZO PATRÓN
Directora ejecutiva de Avanza Sostenible

El arte de reportar sostenibilidad

En los últimos años, los reportes de sostenibilidad han dejado de ser un ejercicio voluntario y decorativo para convertirse en una herramienta estratégica de gestión. Hoy, no se trata solo de reportar para cumplir, o un simple gesto de reputación, sino de reportar para transformar: fortalecer la confianza, anticipar riesgos y crear valor a largo plazo para todos los grupos de interés.

Este cambio de enfoque responde a múltiples presiones, principalmente internacionales que, por fin, están siendo adoptadas a nivel local. Por un lado, la creciente exigencia de reguladores e inversionistas, reflejada en iniciativas como las normas NIIF S1 y S2 del ISSB, los ESRS exigidos por la Directiva Europea de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD), y la incorporación de marcos como TCFD y SASB en países de América Latina como Chile, Brasil y Colombia. Por otro lado, un entorno cada vez más escéptico, donde el 44 % de los inversionistas considera que los informes de sostenibilidad contienen afirmaciones sin sustento

En este contexto, la transparencia deja de ser un ideal abstracto para convertirse en una demanda concreta. Pero la efectividad del *reporting* no depende únicamente del estándar utilizado. Reportar correctamente implica identificar los temas materiales que realmente importan, tanto por su impacto en la sociedad y el ambiente (materialidad de impacto, según GRI) como por su relevancia financiera (materialidad financiera, según NIIF S1/S2). Esta doble materialidad es clave para conectar el propósito con el desempeño

Un buen reporte es también una oportunidad para construir un relato. No basta con mostrar indicadores. Se necesita contexto, evolución, explicación de decisiones. Las empresas que logran alinear compromisos con acciones y resultados ganan legitimidad en un momento donde la confianza es un activo escaso.

Además, el aseguramiento externo de los reportes cobra cada vez más relevancia. En América Latina, solo el 60 % de las empresas por capitalización bursátil que reportan sostenibilidad son auditadas o validadas por un consultor externo, y en Perú esta cifra apenas llega al 25 %, según la OCDE. Esta auditoría, regulada por normas como la ISAE 3000 o la futura ISSA 5000, fortalece la credibilidad y mitiga el riesgo de *greenwashing*.

Y es que el reto no es menor. Reportar con integridad requiere gobernanza interna, capacidades técnicas, compromiso del liderazgo y un cambio cultural. Esto debe ser visto como una oportunidad para que las empresas pasen de una lógica reactiva a una proactiva, donde el reporte no solo rinde cuentas, sino que confirma que guía las decisiones estratégicas, inspirando confianza y evidenciando el rol transformador del sector privado.

La sostenibilidad no es un reporte, es una estrategia de negocio. En ese sentido, los reportes son más que documentos: son reflejos del propósito, herramientas de gestión, y mecanismos de rendición de cuentas. Las empresas que entienden esto no son necesariamente las que más páginas reportan, sino las que mejor conectan la sostenibilidad con sus decisiones, riesgos y oportunidades. Saber contarlo bien es, sin duda, parte del arte de liderar con propósito.

ROMINA RENJIFO
Experta en Estrategia y Sostenibilidad

Reporting de sostenibilidad: un enfoque práctico

Comunicar el impacto positivo que generamos en la sociedad y el medio ambiente a través de un reporte es una oportunidad valiosa para renovar nuestro compromiso con el país, visibilizar la acción empresarial y mejorar nuestra reputación hacia el mercado. Sin embargo, los requerimientos de reportería de sostenibilidad se han vuelto cada vez más exigentes, demandando muchísimo esfuerzo, recursos y tiempo.

En mi experiencia con estos reportes, pienso que hay que tener un enfoque práctico en tres aspectos: narrativa, contenido y sobre marcos/estándares.

Narrativa: objetivos claros

La coherencia entre la operación y el impacto es fundamental para construir una narrativa creíble y sostenible en el tiempo. La narrativa o *storytelling* de sostenibilidad de nuestra empresa debe hacer sentido con la estrategia de nuestro negocio principal. De lo contrario, corremos el riesgo de caer en *green* o *social washing*, perdiendo la confianza de nuestros *stakeholders*.

Además, debemos identificar quién es el *stakeholder* principal del reporte para responder adecuadamente a sus expectativas. Por ejemplo, un reporte de una empresa pública, enfocado en inversionistas extranjeros, puede requerir más indicadores ambientales, mientras que uno dirigido al público local puede priorizar más información sobre inversión social en el país.

Contenido: menos es más

Hay que tener claro que los reportes son, principalmente, herramientas de rendición de cuentas. El foco debe estar en presentar los resultados que mejor representen nuestro impacto, de una forma coherente y relevante. Es muy tentador contar absolutamente todo lo avanzado en el año, esto nos deja con documentos de cientos de páginas, perdiendo lo más importante entre tanto detalle. Concentrarnos en los proyectos más maduros, con resultados comprobados y de mayor magnitud, genera una impresión clara y recordable del impacto de la empresa.

Más allá de las métricas tradicionales de negocio, reportar el impacto en la vida de las personas fortalece los esfuerzos de sostenibilidad. Los marcos basados en la teoría del cambio son un buen lugar para comenzar a medir en función del impacto.

Asimismo, la data reportada debe estar debidamente verificada a través de procesos que garanticen su trazabilidad. Si bien el manejo de datos es uno de los retos principales en *reporting*, establecer un gobierno de aprobaciones y auditoría, y apalancarnos en herramientas de gestión de datos hacen el proceso más sencillo y transparente.

Finalmente, pensemos en "economía del lenguaje": comunicar con lenguaje sencillo, con menos *buzzwords*, y aprovechando recursos gráficos, facilita el entendimiento y vuelve el contenido más digerible.

Marcos y estándares: *compliance* estratégico

Adoptar estándares de divulgación contribuye a identificar riesgos emergentes, aprovechar oportunidades, e incrementa la confianza del mercado gracias a la transparencia. Sin embargo, tratar de asumir todas las mejores prácticas resulta poco estratégico. La recomendación es concentrarse en lo obligatorio (pensemos en normativa SEC o SMV, NIIF S1 y S2 en un futuro cercano, etc.). Segundo, en la mejor práctica del sector, y tercero, en lo que genera impacto a nivel de índices y calificadoras. Invertir en la generación de capacidades técnicas sobre estándares a la interna es provechoso en el mediano plazo y, sobre todo, prestar atención a los cambios en normativos relevantes, especialmente en el contexto sociopolítico actual.

Más allá de la rendición de cuentas, los reportes de sostenibilidad sirven como vehículo para fortalecer el vínculo con nuestros *stakeholder*. Cada vez más empresas celebran y acompañan el despliegue de sus reportes con campañas, eventos y *webinars*, apalancándose en estos logros para fortalecer la comunicación corporativa. Y es que al final se trata de eso: aprovechar los esfuerzos de toda la empresa para generar impacto positivo, confianza y oportunidades para todos.

“Internet para Todos” gana premio global de la ONU por cerrar la brecha digital en zonas rurales del Perú

La iniciativa recibió el WSIS Prize 2025 en Ginebra, otorgado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, gracias a su modelo sostenible de conectividad 4G que ya ha beneficiado a más de 3.8 millones de personas en zonas rurales del país.

En una ceremonia internacional celebrada en Ginebra, Suiza, el Perú se posicionó como referente en inclusión digital. La empresa Internet para Todos (IPT) fue distinguida con el WSIS Prize 2025 en la categoría Infraestructura de Información y Comunicación, un reconocimiento otorgado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), agencia especializada de las Naciones Unidas. El galardón, enmarcado en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (WSIS), destaca a las iniciativas más innovadoras del planeta que impulsan el desarrollo sostenible a través de las tecnologías de la información.

Con este reconocimiento, Internet para Todos se posiciona como una de las iniciativas más influyentes de América Latina en el cierre de la brecha digital, destacando su impacto en más de 19 000 comunidades rurales del Perú, donde ha proporcionado acceso a internet móvil 4G a más de 3.8 millones de personas.

Un modelo que transforma: conectividad con impacto social

Desde su fundación en 2019, Internet para Todos ha sido más que un operador de telecomunicaciones y se ha convertido en un agente de cambio social y territorial. Gracias a un modelo basado en la infraestructura móvil rural compartida, que ha sido sostenido por alianzas público-privadas entre Integratel Perú (antes Telefónica del Perú), BID Invest, CAF y META, la empresa ha logrado extender la cobertura digital a zonas donde antes simplemente no existía acceso a internet.

“Hemos demostrado que sí es posible llevar conectividad a las zonas más remotas del Perú con un modelo sostenible y colaborativo que también habilita el desarrollo social y económico”, declaró Teresa Gomes, CEO de Internet para Todos.

Tecnología al servicio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El WSIS Prize forma parte de una agenda impulsada por Naciones Unidas para promover el uso responsable de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En ese marco, el caso de Internet para Todos representa un ejemplo concreto de cómo la infraestructura digital puede ser inclusiva, descentralizada y resiliente, contribuyendo directamente a los ODS 4 (Educación de Calidad), 9 (Industria, Innovación e Infraestructura) y 10 (Reducción de las Desigualdades).

Uno de los elementos más innovadores del modelo de IPT es que no opera como una compañía tradicional, sino que pone su infraestructura al servicio de otros operadores móviles, permitiéndoles ofrecer conectividad a comunidades remotas mediante una plataforma compartida. Esta visión colaborativa y abierta rompe con los modelos verticales y demuestra que la competitividad no está reñida con la inclusión.

Un futuro conectado, sostenible y equitativo

La propuesta de Internet para Todos restaura un derecho básico y reduce las desigualdades estructurales. Además, su enfoque territorial genera impacto económico: al promover conectividad en zonas rurales, IPT habilita circuitos de comercialización local, acceso a servicios bancarios digitales, fortalecimiento de cadenas productivas y mayor inclusión en programas públicos o privados que requieren presencia en línea.

A seis años de su creación, Internet para Todos ha demostrado que la sostenibilidad tecnológica no solo se mide en velocidad o cobertura, sino en equidad, acceso y dignidad. El reconocimiento del WSIS Prize es una validación internacional del trabajo realizado, pero también un llamado a replicar este tipo de modelos en otros territorios que aún permanecen desconectados.

“Nuestra estrategia de sostenibilidad se articula en torno a cuatro pilares: Descarbonización, Circularidad, Biodiversidad y Ciudades Sostenibles”

Con una mirada estratégica, Grupo AJE ha convertido el informe de sostenibilidad en una herramienta central de gestión y transparencia. Jorge López-Dóriga, director global de Comunicaciones y Sostenibilidad, cuenta que se han alineado con estándares internacionales como el GRI. Menciona que, de esta manera, garantizan coherencia, comparabilidad y credibilidad de la información que reportan.

¿Qué importancia le asigna su empresa al reporte de sostenibilidad como herramienta de gestión, transparencia y rendición de cuentas frente a sus grupos de interés?

El reporte de sostenibilidad es una herramienta clave para la gestión responsable. Como Grupo AJE, nos permite integrar todos los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo que manejamos de manera transversal en nuestras operaciones. Además, facilita la transparencia hacia todos nuestros grupos de interés, incluyendo comunidades, socios y colaboradores.

Por último, es fundamental para rendir cuentas sobre los compromisos asumidos, avances y desafíos en sostenibilidad; todo esto fortalece la confianza y nuestra reputación corporativa.

¿Con qué estándares o marcos de referencia elaboran actualmente sus reportes de sostenibilidad?

La elaboración de nuestro reporte se realiza alineado con los Estándares de la Global Reporting Initiative (GRI), reconocidos internacionalmente. Se consideran otros marcos también, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y compromisos globales relacionados con la lucha contra el cambio climático y la conservación de biodiversidad.

La adopción de estos estándares garantiza la coherencia, comparabilidad y credibilidad de la información que reportamos.

Jorge López-Dóriga
Director global de Comunicaciones y Sostenibilidad del Grupo AJE

¿Qué desafíos han enfrentado para recopilar, verificar y reportar datos no financieros de manera sistemática y confiable? ¿Cómo los han abordado?

Por ser una multinacional, presente en cuatro continentes, la recopilación de datos confiables y sistemáticos en múltiples países presenta varios desafíos, especialmente en la integración de sistemas y la sensibilización de las áreas responsables. Para abordarlo, hemos fortalecido nuestro proceso de recopilación, realizando capacitaciones y estableciendo controles internos, además de contar con revisión y validación por parte de la alta dirección.

Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua y la gestión eficiente de nuestra estrategia de sostenibilidad, hemos implementado a nivel global una plataforma tecnológica que nos permite sistematizar y consolidar todos los indicadores relacionados con nuestros pilares de sostenibilidad.

Esta herramienta representa un paso importante para fortalecer la trazabilidad, el análisis de datos y la toma de decisiones alineadas con nuestros objetivos. Actualmente, esta herramienta nos permite medir nuestra huella de carbono, elaborar el reporte de sostenibilidad y gestionar de manera in-

tegrada los principales KPI's de sostenibilidad en los países donde operamos.

¿Han obtenido alguna certificación de sostenibilidad en este contexto? ¿Qué motivó esta decisión?
A través de nuestra bebida AMAYU, hemos obtenido la certificación Climate Positive, otorgada por Green Initiative, que reconoce que este producto genera un impacto ambiental y climático positivo. Esta certificación se logró gracias a las acciones sostenibles que contribuyen a la conservación y uso responsable de más de 112 000 hectáreas de bosques amazónicos, mediante la recolección sostenible de súper frutos, beneficiando directamente a más de 200 familias en +22 comunidades amazónicas.

La decisión de buscar esta certificación fue motivada por nuestro compromiso con liderar la "Revolución Natural" y contribuir a mitigar los efectos del cambio climático, alineándonos con objetivos internacionales como el Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

¿Cómo articulan los resultados de sus reportes de sostenibilidad con su estrategia de negocio o de innovación a largo plazo? ¿Influyen en la toma de decisiones?
Los resultados obtenidos en nuestros reportes influyen en la estrategia de negocio, ayudando a identificar áreas de mejora y oportunidades. La sostenibilidad es una pieza clave de nuestra estrategia como empresa. Es el centro de nuestro negocio, y está integrada en toda nuestra cadena de valor. Bajo este enfoque, articulamos nuestras acciones en torno a cuatro pilares: Descarbonización, Circularidad, Biodiversidad y Ciudades Sostenibles, cada uno con sus objetivos específicos a corto, mediano y largo plazo.

En Grupo AJE queremos hacer que el planeta y las personas prosperen juntos. Por ello, la sostenibilidad la integramos en decisiones relacionadas con innovación, inversión en tecnologías limpias y ahorro de recursos. Esto garantiza que nuestra estrategia empresarial esté alineada con objetivos de largo plazo y con las expectativas de nuestros grupos de interés.

¿Han identificado mejoras en su reputación, acceso a financiamiento o relación con inversionistas como resultado de contar con reportes sólidos y certificaciones reconocidas?
Sin duda, la presentación de reportes sólidos y certificados de sostenibilidad ha fortalecido nuestra reputación a nivel global. Un ejemplo de ello es nuestra inclusión en el Ranking Merco Responsabilidad ESG 2024, donde Grupo AJE fue reconocido como una de las empresas más responsables del Perú, ocupando el puesto #13 a nivel general, el #2 en el sector Bebidas y el #8 en la categoría Environment.

"TODO ESO ES IMPORTANTE. LA MANERA CÓMO LOGRAMOS SENSIBILIZAR E INVOLUCRAR A LOS LÍDERES EN ESTE OBJETIVO".

Esta transparencia ha mejorado nuestra relación con aliados y socios estratégicos, generando mayor confianza y posibilidades de inversión responsable.

¿Qué rol tiene la alta dirección en el impulso del reporting y en el cumplimiento de estándares internacionales? ¿Existe una gobernanza definida para estos temas?
El liderazgo en una estrategia de sostenibilidad es de suma importancia tanto para los gerentes como para los CEOs. Tenemos el orgullo de poder decir que en Grupo AJE trabajamos con líderes de cada operación, quienes están convencidos del camino que hemos tomado. Además, lo hacemos en alianza con diversas áreas como marketing, legal, talento humano, finanzas, compras, cadena de suministro, entre otras.

Contamos con un modelo de gobernanza que incluye un Comité Global y un Comité Local de Sostenibilidad, conformado por líderes estratégicos, quienes dan dirección y seguimiento a nuestra estrategia. Constantemente brindamos talleres de sensibilización y workshops donde visualizamos las cosas que hacemos y su impacto en el negocio.

¿Bajo qué dinámica se podría impulsar el reporting en el sector privado del Perú?
Una manera efectiva de fomentar el reporting en el sector privado es a través de incentivos que hagan tangible su valor para las empresas. Por ejemplo, se podría considerar que el cumplimiento de ciertos estándares de sostenibilidad permita acceder a beneficios tributarios o mejores condiciones en procesos públicos. No se trata de imponer exigencias, sino de mostrar que reportar también puede abrir puertas.

Además, es clave seguir fortaleciendo espacios de diálogo y difusión que ayuden a posicionar el reporte de sostenibilidad como una herramienta útil para la toma de decisiones, más allá del cumplimiento. Cuando las empresas entienden que reportar les permite identificar riesgos, generar eficiencias y fortalecer la confianza con sus grupos de interés, el cambio se vuelve mucho más orgánico.

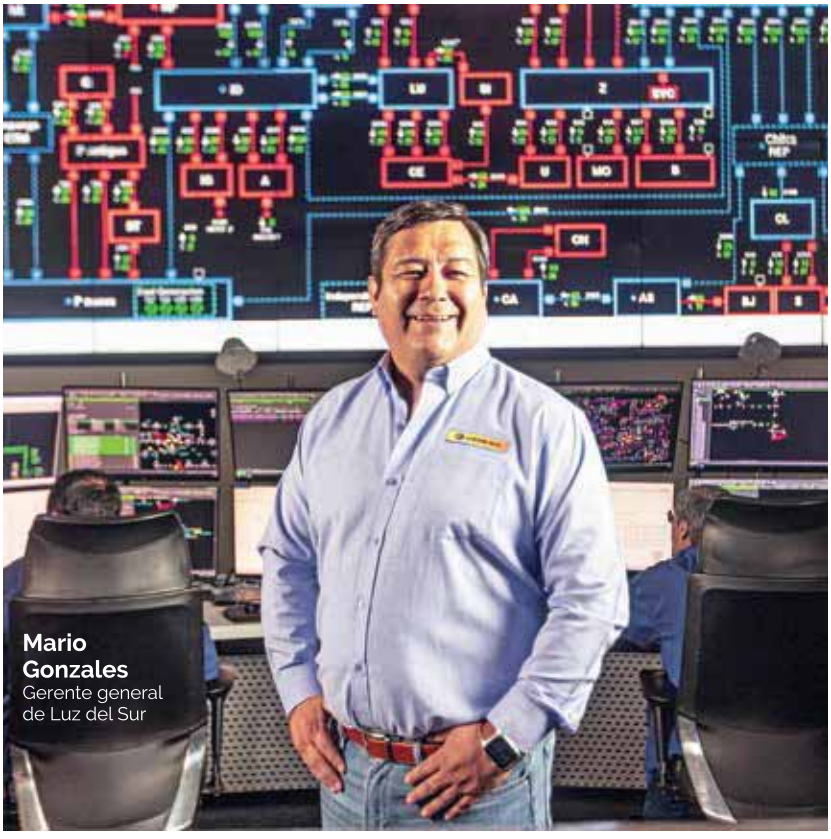
“Invertimos USD 117.9 millones en proyectos para mejorar la calidad del servicio”

Mario Gonzales, gerente general de Luz del Sur, conversa con *Stakeholders* sobre los avances más importantes de la empresa en materia de sostenibilidad durante el 2024. Desde inversiones clave en infraestructura y energía renovable hasta programas sociales con enfoque innovador, explica cómo la compañía fortalece su compromiso con los estándares ASG y apuesta por una gestión basada en la transparencia, la innovación y la mejora continua.

¿Por qué es importante para Luz del Sur publicar periódicamente su reporte de sostenibilidad y qué rol cumple en la gestión de la empresa?

Presentar periódicamente nuestro reporte de sostenibilidad es fundamental porque refleja nuestro compromiso diario con una gestión alineada a los estándares ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza). A través de nuestra Memoria Integrada 2024, mostramos con transparencia los indicadores de gestión que respaldan nuestro trabajo.

Este documento nos permite demostrar con hechos y cifras concretas cómo operamos bajo los más altos estándares en sostenibilidad, seguridad, eficiencia y gobernanza. Además, es una herramienta clave para la mejora continua. En Luz del Sur, nuestro principal objetivo es brindar un servicio óptimo a nuestros clientes, y la sostenibilidad es un pilar irrenunciable para lograrlo.



Mario Gonzales
Gerente general de Luz del Sur

¿Qué resultados destaca del documento en cuanto a los logros alcanzados en el 2024?

En 2024, alcanzamos importantes hitos en nuestra gestión ASG:

- Invertimos USD 117.9 millones en proyectos para mejorar la calidad y continuidad del servicio.
- Logramos la recomendación para la certificación ISO 37001 (Sistema de Gestión Antisoborno).
- Obtuvimos un 89.7 % de satisfacción al cliente.
- Beneficiamos a más de 10 000 personas con nuestros programas sociales.
- Integramos 98 vehículos 100 % eléctricos a nuestra flota operativa.
- Adquirimos las centrales eólicas Marcona y Tres Hermanas, con una capacidad instalada de 129 MW.

Estos resultados reflejan nuestro compromiso con un crecimiento sostenible y responsable.

Obtuvieron una alta puntuación en torno a la satisfacción del cliente. ¿Cuál ha sido la inversión hecha para la mejora de los servicios durante el año anterior, y a qué aspectos se han abocado?

Mantenemos un firme compromiso

con la mejora continua en la comunicación con nuestros clientes, haciéndola más fluida y accesible. Para ello, implementamos diversas innovaciones que facilitan el acceso a la información relacionada con el servicio eléctrico.

Entre estos avances, destaca el nuevo diseño de nuestro recibo de luz, que proporciona mayor claridad sobre la facturación mensual. Asimismo, desarrollamos una nueva aplicación móvil y una página web, que permiten a los clientes gestionar sus servicios, consultar interrupciones programadas y no programadas, y realizar otras gestiones de manera sencilla.

Luz del Sur desarrolla programas sociales con enfoque innovador. ¿Podría compartir algunos ejemplos y explicar qué impacto han tenido en las comunidades?
Durante el 2024, en Luz del Sur implementamos programas sociales diseñados para generar un impacto positivo y sostenible en las comunidades de nuestra zona de concesión.

Estas iniciativas combinan desarrollo social, económico y ambiental:

- Arte que purifica el aire: Intervenimos nuestra infraestructura con murales de pintura fotocatalítica, que neutralizan gases contaminantes. En 2024, pintamos 4240 m², logrando un efecto ambiental equivalente a 946 árboles plantados.
- Tenis de mesa para educar: Desde hace siete años, impulsamos este deporte en colegios de nuestra zona, en alianza con la Asociación Mónica Liyau. Más de 3600 estudiantes han sido beneficiados con mesas instaladas en sus escuelas.
- Economía circular con impacto social: Junto a Mujeres de mi Barrio y Tecsur, transformamos 200 kg de uniformes en desuso en 620 accesorios (como morrales y neceseres). Este proyecto empodera a 30 mujeres de distritos vulnerables, brindándoles autonomía económica.

Han llevado a cabo un análisis de doble materialidad. ¿Qué aspectos más relevantes han identificado al respecto?
Para nuestra primera Memoria Integrada, realizamos un análisis de doble materialidad que nos permitió alinear nuestra gestión ASG con los temas clave para el negocio y nuestros *stakeholders*. Siguiendo estándares como GRI, SASB, IFRS y la Directiva CSRD, consultamos a colaboradores, clientes, proveedores, entidades financieras y el Estado.

"LA SOSTENIBILIDAD ESTÁ EN NUESTRO ADN, Y SEGUIREMOS TRABAJANDO PARA IMPACTAR POSITIVAMENTE A CLIENTES, COLABORADORES, ACCIONISTAS Y A TODO EL PERÚ".

Identificamos 10 temas materiales, agrupados en dimensiones económicas, sociales y ambientales. Los más relevantes fueron calidad del servicio y mejora de infraestructura, seguridad y salud ocupacional; y gestión y desarrollo de colaboradores.

Este proceso fortalece nuestra estrategia de sostenibilidad, permitiéndonos anticipar riesgos, tomar decisiones informadas y crear valor a largo plazo.

La innovación forma parte de sus pilares. ¿Qué rol tiene en sus operaciones y hacia dónde apunta este fortalecimiento?
En Luz del Sur, la innovación y transformación digital son pilares estratégicos para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la experiencia del cliente y enfrentar los desafíos de un sector energético en evolución.

Ejemplos concretos de este enfoque incluyen drones de hidrolavado para redes de media tensión y robot teleoperado para inspecciones en subestaciones. Nuestra meta es mantenernos a la vanguardia del sector eléctrico peruano, integrando tecnología avanzada con un impacto tangible en sostenibilidad y servicio.

¿Cómo han fortalecido la relación con sus grupos de interés, como accionistas?
A través de un gobierno corporativo sólido, alineamos nuestras operaciones con el crecimiento sostenible de todos los *stakeholders*. Fomentamos la transparencia, el diálogo constante y la creación de valor a largo plazo, lo que fortalece la confianza con accionistas, colaboradores, comunidades y autoridades.

¿Qué mensaje reafirma el compromiso de Luz del Sur con la sostenibilidad?
En Luz del Sur, operamos con los más altos estándares ambientales, de seguridad y gobernanza para garantizar un servicio eléctrico óptimo y un futuro sostenible. No solo llevamos energía, sino que lo hacemos respetando el entorno, protegiendo a las personas y optimizando recursos. La sostenibilidad está en nuestro ADN, y seguiremos trabajando para impactar positivamente a clientes, colaboradores, accionistas y a todo el Perú. Llevamos más que luz.

Informe de Sostenibilidad Repsol Perú 2024

Repsol Perú inició operaciones hace 3 décadas y, desde entonces, ha consolidado su liderazgo en el país mediante una destacada contribución al desarrollo del sector energético. Además, desde hace 14 años consecutivos Repsol Perú viene publicando anualmente su Informe de Sostenibilidad, elaborado bajo los estándares internacionales de reporte del Global Reporting Initiative (GRI) y verificado externamente.

Cifras al cierre del 2024:

Verificado por pwc

Unidad de E&P

20.3 millones
de barriles de petróleo equivalente producidos.

236.6 millones
de barriles de petróleo equivalente en reservas probadas.

Unidad de Refino

27.8 millones
de barriles de petróleo crudo procesado.

37.1 millones
de barriles vendidos.

Unidad de Movilidad

503 estaciones
entre propias y de terceros.

Principales hitos 2024:

1

Refinería La Pampilla invirtió S/ 160 millones en el **proyecto RLP-53,** ampliando en 20% su capacidad de producción de gasolinas de bajo azufre.

2

Repsol Perú **inauguró su primera electrolinera,** como parte de su transición hacia la movilidad eléctrica.

3

Refinería La Pampilla redujo en **más de 189 000 toneladas** sus emisiones de CO_2 en los últimos 7 años, equivalente a lo generado por más de 120 mil autos medianos al año.

4

Exploración y Producción obtuvo el **Premio Desarrollo Sostenible 2024** de la SNMPE por su enfoque en derechos humanos en el Lote 57.

PREMIO DESARROLLO SOSTENIBLE 2024

5

Repsol Perú se posicionó en el **puesto 58 del Ranking Merco Empresas 2024** y mantuvo su liderazgo en Merco Talento como la **N° 1 del sector hidrocarburos** y **16° a nivel nacional.**

merco EMPRESAS Y LÍDERES

6

Exploración y Producción desarrolló el **proyecto Payanty** junto con la Asociación de Productores Agropecuarios de la Comunidad Nativa Puerto Rico, obteniendo el **sello Aliados por la Conservación y el Premio Emprendedores por la Naturaleza 2024.**

Resultados financieros:

Ingresos totales de Repsol Perú

7,266
Millones de US$

Pago de Tributos y Regalías

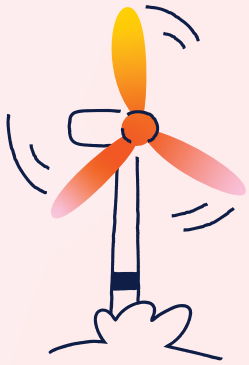
1,327
Millones de US$

7

Repsol Perú compensó económicamente a **más de 10,500 personas afectadas** por el derrame de enero del 2022.

Desempeño ASG

Ambiental



Repsol Compromiso Cero Emisiones Netas 2050

En camino a ser una compañía de cero emisiones netas de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en **2050**

Progresos:

Repsol Perú redujo la intensidad de sus emisiones, con una disminución del **9.09%** en Alcance 1 y 2, y del **2.22%** en Alcance 3.

Repsol Perú redujo su consumo de agua en **2.79%** con respecto al año anterior.

Refinería La Pampilla **recibió la 4° Estrella del Programa Huella de Carbono**, otorgado por el Ministerio del Ambiente en reconocimiento a sus esfuerzos en el cálculo, verificación y reducción sostenida de emisiones de GEI.

Refinería La Pampilla redujo **11,500 tCO_2** en el 2024.

Conservación de la biodiversidad:

Unidad de E&P

Se ha llevado a cabo de manera exitosa la restauración de 11.18 hectáreas de las plataformas exploratorias que dejamos de operar: Mapi y Mashira, ubicadas dentro de las zonas de amortiguamiento de las reservas comunales Asháninka y Machiguenga.

Reserva Comunal Asháninka

Esta área natural protegida es gestionada en colaboración con las comunidades indígenas Asháninka, quienes desempeñan un papel activo en su conservación.

Reserva Comunal Machiguenga

Esta reserva pertenece a una categoría de área protegida, cuyo objetivo es la conservación de la biodiversidad en beneficio de las poblaciones locales que realizan un uso tradicional de los recursos.

Unidad de Refino

Sembrando Bosques

Como parte de nuestro objetivo se plantaron 5,000 árboles de distintas especies, junto a nuestros voluntarios.

Desempeño ASG

Social

Colaboradores:

3,212
colaboradores

1,582
hombres
(49.2%)

1,630
mujeres
(50.8%)

Se alcanzó el objetivo de **34.2%** de mujeres en posiciones de liderazgo.

Se obtuvo la certificación **Great Place to Work.**

Se obtuvo la certificación **Women in Mining Perú - Categoría Oro.**

Comunidad:

Impulsared

En el marco de este programa, se creó un **Centro de Emprendimiento,** se conformaron **16 grupos de Ahorro y Crédito** y se constituyeron **más de 30 nuevas empresas** formales que recibieron **capital semilla.**

Raíces de sanación

Repsol Perú publicó el libro **Raíces de Sanación: Medicina Tradicional del Bajo Urubamba,** que recogió saberes ancestrales sobre medicina tradicional amazónica.

Gobierno corporativo

Línea Ética:

- Se evaluaron y certificaron **114 controles anticorrupción,** verificando su correcto funcionamiento y cobertura del 100% de las áreas evaluadas.
- Se fortaleció el marco ético con la implementación de nuevas cláusulas corporativas de *compliance* para clientes, intermediarios y proveedores, alineadas con sus estándares de integridad.
- **0** casos de corrupción en el 2024.

* El alcance de la verificación de PwC considera los indicadores GRI listados en el Índice del Informe de Sostenibilidad.

Conoce más sobre nuestro Informe 2024
Escanea el código QR

JORGE VALLADOLID
Supervisor de Desarrollo de Tecnologías
de Luz del Sur

Drones y robótica en la operación y mantenimiento de la red eléctrica peruana

La incorporación de drones y robótica en las operaciones eléctricas representa uno de los avances tecnológicos más prometedores para la modernización de la red eléctrica peruana. En un entorno donde la eficiencia, seguridad y sostenibilidad son cada vez más demandadas, estas soluciones emergen como aliados clave para transformar actividades cotidianas que históricamente han requerido exposición a riesgos elevados y grandes recursos operativos.

Desde drones de hidrolavado y robots escaladores de estructuras eléctricas, hasta brazos robóticos para operación de redes energizadas, la gama de soluciones planteadas por Luz del sur pretende revolucionar la forma en la que se opera y mantiene la red eléctrica, incorporando un importante componente tecnológico. Más allá de la mera participación de estos equipos en inspecciones visuales, la apuesta ahora es porque estos puedan realizar actividades directamente sobre la red eléctrica, en colaboración con las cuadrillas de campo.

Una de las ventajas más inmediatas de la implementación tecnológica es el impacto positivo en la seguridad de los operarios. Gracias a los drones y dispositivos robóticos, se reduce significativamente la necesidad de que trabajadores realicen labores en altura, accedan a espacios confinados o se expongan a cercanías peligrosas con redes energizadas. Esta reducción de riesgos ergonómicos y eléctricos no solo cuida al personal, sino que mejora los indicadores de salud ocupacional de las empresas.

Adicionalmente, el uso de estas tecnologías genera ahorros operativos considerables, al prescindir de maquinaria pesada como camiones grúa o de técnicas tradicionales como el entibado de zanjas y el escalamiento de estructuras que aliviana la logística de intervención en campo. Esto se traduce en menor consumo de recursos, tiempos más cortos de atención y una huella ambiental más baja.

Existen también oportunidades en la construcción de una sociedad más equitativa, la incorporación de esta tecnología permite operar y mantener la red con un menor esfuerzo físico, lo que facilita y promueve la participación de mujeres en actividades que tradicionalmente han venido siendo realizadas por hombres.

A pesar del potencial, no todo es camino libre, el rol de la vigilancia tecnológica, la selección de tecnologías y su posterior adaptación al entorno operativo, regulatorio y normativo peruano representa un reto importante para los equipos de desarrollo tecnológico e innovación. Por otro lado, debido a las particularidades de la red, muchos de estos desarrollos requieren de soluciones a medida, prototipado y constantes iteraciones en campo, por lo cual la manufactura local y el acompañamiento especializado toman relevancia. En ese sentido, en Perú no se cuenta con una amplia gama de startups o empresas dedicadas al diseño de mecanismos robóticos con las que se pueda cocrear y colaborar, lo que podría ralentizar la incorporación de estas tecnologías.

Otro obstáculo es la resistencia al cambio tecnológico. Las transformaciones digitales suelen generar incertidumbre en las organizaciones, y no son pocos los casos en que operarios o líderes técnicos ven con recelo la incorporación de elementos automatizados. Incluso los centros de control, corazón de la operación eléctrica, pueden mostrar reticencia a permitir la interacción de drones o robots con redes energizadas, por lo que corresponde a los líderes en tecnología e innovación, involucrar a distintas áreas de la empresa en el desarrollo de proyectos desde etapas tempranas, que aseguren la familiaridad en el funcionamiento y la rápida adopción de la tecnología.

La modernización de la operación eléctrica peruana no solo depende del equipamiento tecnológico, sino de un cambio cultural profundo. Fomentar la innovación, la apertura al aprendizaje digital y el liderazgo tecnológico será clave para que las empresas eléctricas abracen plenamente esta evolución.

Los drones y robots no son reemplazos del talento humano, sino extensiones inteligentes que permiten operar con mayor seguridad, eficiencia y sostenibilidad. La oportunidad está servida: toca ahora abrir los ojos, las mentes y las redes al futuro.

Empresa con Gestión Sostenible

¿Qué es?

Es una herramienta de gestión integral que evalúa y distingue aspectos ambientales, sociales, de gobernanza (ASG), a través de indicadores específicos alineados a estándares internacionales de sostenibilidad.

¿Qué evalúa?

Datos clave

Número de ediciones:

12

Empresas reconocidas a la fecha:

136

Puntaje promedio de la edición:

69%

Desde el 2019, existe un crecimiento del 16% del puntaje promedio total de las empresas participantes

Edición 2024

55

organizaciones que lograron destacar por integrar los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) en su modelo de negocio.

7

Nivel Sobresaliente

16

Nivel Mérito

32

Nivel Distintivo

LISTA DE GANADORES

Corporación Aceros Arequipa
DP World
Industrias San Miguel
Sodimac y Maestro
Minera Bateas
LHH DBM Perú
Rimac Seguros
Universidad Científica del Sur
Textiles Camones
PwC
Parque Arauco
AFP Integra
Poderosa
Red de Energía del Perú
PRODAC
Arca Continental Lindley
Textil del Valle
EY Perú
Universidad Privada del Norte
BBVA Perú
Pluz Energía Perú
Austral Group
Orygen
Molicentro
LATAM Airlines Perú
Forbis Logistics
APC Corporación
MATHIESEN
Panaderia San Jorge
Empresa de Generación Eléctrica de Arequipa (EGASA)
Softys Perú
Técnica Avícola
Corporación Hodelpe
Movistar
Talma Servicios Aeroportuarios
TGP
Impala Terminals Perú
Equans Perú
UNIMAQ
DALKA- Rotoplas
Fargoline
UNACEM
Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú
Medcorp
Fenix
Ferreyros
Entel Perú
Ferreycorp
Universidad San Ignacio de Loyola S.R.L.
Promigas
Orvisa
Caja Arequipa
SOLTRAK S.A.
Compañía Eléctrica El Platanal
Claro

“Nuestro objetivo es claro: seguir liderando la transformación sostenible del sector”

Sany Rodriguez, directora sénior de Seguridad y Medio Ambiente en DP World Perú, comenta sobre la estrategia de descarbonización de la compañía, así como el rol de sus colaboradores en la gestión sostenible.

DP World Perú tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad. ¿Qué representa para la organización haber obtenido el distintivo Empresa con Gestión Sostenible y el reconocimiento de Mejor Desempeño Ambiental?

Obtener el distintivo Empresa con Gestión Sostenible y reconocimiento de Mejor Desempeño Ambiental, refleja el compromiso de DP World Perú con un modelo de negocio responsable que integra la gestión ambiental en las decisiones estratégicas de la empresa. Este logro refleja nuestro esfuerzo constante por minimizar los impactos ambientales en nuestras operaciones con un profundo análisis de los procesos, la identificación de aspectos e impactos, y el planteamiento de programas que los eviten. Principalmente con un enfoque en descarbonización, biodiversidad y economía circular.

¿Desde cuándo y cómo se prepararon para participar en esta evaluación? ¿Qué áreas o procesos fueron clave durante el proceso?

Desde hace varios años venimos siendo reconocidos con el distintivo Empresa con Gestión Sostenible, lo que demuestra que estamos comprometidos desde siempre con los principios ESG. Sin embargo, en esta postulación pudimos mostrar los resultados concretos de nuestro programa de descarbonización. Además, incluimos información de soluciones basadas en la naturaleza en la infraestructura, circularidad y concientización y educación ambiental a nuestros colaboradores y a la comunidad.

Desde el sector logístico-portuario, ¿cuáles consideran que son los principales desafíos para implementar una gestión sostenible?

Uno de los principales desafíos es lograr un equilibrio entre eficiencia operativa, crecimiento económico y responsabilidad socioambiental. Operamos en un entorno altamente competitivo, lo que exige adoptar tecnologías sostenibles sin comprometer la productividad.

La transición hacia operaciones más limpias —reducción de emisiones, circularidad, optimización energética— requiere inversiones significativas, innovación constante, conocimiento técnico y colaboración con todos los actores de la cadena logística. Es un reto que asumimos con convicción y visión de futuro.

¿Qué acciones o iniciativas implementadas por DP World Perú considera que fueron determinantes para lograr este reconocimiento?

Desde el 2019, venimos implementando una estrategia de descarbonización con el objetivo de reducir nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 en un 42 % a nivel global para 2030 (como compañía global). En el caso de DP World Callao, la meta es aún más ambiciosa: una reducción del 90 % en los alcances 1 y 2 para ese mismo año.

Como resultado, entre 2019 y 2024 dejamos de emitir más de 21 000 toneladas de CO_2eq. Es decir, se necesitaría la acción de la absorción de 2140 hectáreas de bosque amazónico en Perú durante esos 5 años. Y en este año 2025, hemos reducido nuestras emisiones a pesar del incremento operativo.

¿Qué medidas concretas ejecutaron para lograr esta reducción de emisiones?

Entre las acciones clave puedo compartir la conversión de 10 grúas de patio RTG de diésel a eléctricas, con una inversión de US$ 1 millón, sumadas a otras 12 eléctricas ya operativas, evitando la emisión de más de 3900 toneladas de CO_2eq al año.

En abril de 2024, inauguramos la primera estación de carga eléctrica dentro

de un terminal portuario en Latinoamérica, esta infraestructura permite recargar con energía limpia a nuestra flota de 20 camiones internos 100% eléctricos. En su primer año de operación, esta flota ha recorrido 740 000 kilómetros con cero emisiones dentro del terminal. Esto equivale a más de 18 vueltas al mundo, o incluso un viaje de ida y vuelta a la Luna y evitando así la emisión de más 2000 toneladas de CO_2eq al año.

¿Han considerado fuentes de energías renovables?
Desde mayo de 2023, el 100 % de la energía del terminal proviene de fuentes renovables certificadas por IREC, lo que ha evitado al 2024 la emisión de 10 9000 toneladas de CO_2eq.

Además la eficiencia operativa está presente, como una de las maneras de reducir el consumo de recursos, éstas se han logrado a través de un esfuerzo constante por parte de las operaciones en colección y medición de data de cada uno de los procesos operativos.

¿Se han unido a algún programa de medición de la huella de carbono?
Desde el 2020 venimos reportando nuestra huella de carbono de manera voluntaria, ya tenemos la tercera estrella del programa Huella de Carbono Perú, del Ministerio del Ambiente, en reconocimiento a nuestra reducción de emisiones y estamos encaminados a obtener la cuarta.

Estas acciones reflejan el compromiso de la alta dirección y el trabajo articulado de diversas áreas, especialmente Ingeniería, Operaciones, Mantenimiento, Sostenibilidad, Recursos Humanos y Ambiental.

¿Qué rol han jugado los colaboradores en la implementación de una gestión sostenible?
Nuestros directivos y colaboradores son protagonistas clave en la implementación de nuestra estrategia. Su compromiso en la búsqueda constante de tecnologías, y en aceptarlas, usarlas y mantenerlas, ha sido fundamental para integrar estos valores en todos los niveles de la organización.

¿Cómo han comprometido a todos sus colaboradores?
La gestión ambiental solo es posible si existe lo que en gestión le llamamos "disciplina operativa" de todos nuestros trabajadores de DP World. Y ello solo es posible con programas de educación y concientización ambiental, donde cada uno de nosotros pueda entender por qué accionar de manera sostenible es imprescindible para crear valor a la compañía y contribuir a la preservación del planeta.

¿Cómo se promueve la cultura de sostenibilidad dentro de la organización?
Promovemos esta cultura mediante programas de sensibilización, capacitaciones constantes, campañas internas, biohuertos, compostaje con residuos del comedor y la incorporación de indicadores de sostenibilidad en los procesos de evaluación.

Fomentamos el liderazgo con propósito, donde cada persona comprende el impacto de sus acciones en el negocio y en el entorno. En DP World Perú, la sostenibilidad no es un área aislada, sino un valor que forma parte de nuestro ADN.

¿Puede mencionar alguna cifra en cuanto a las inversiones para lograr esta descarbonización?
En el marco de nuestra estrategia de descarbonización, hemos proyectado una inversión voluntaria de 105 millones de dólares para alcanzar nuestra ambiciosa meta de reducir en un 90 % las emisiones de alcance 1 y 2 al 2030 en DP World Callao.

En lo que va del año, ¿han adquirido más vehículos eléctricos como parte de su flota?
Durante el 2025, incorporaremos cinco vehículos eléctricos adicionales (dos van y tres pick-ups), como parte del plan de reemplazo total de los 41 camiones diésel de nuestra flota antes del 2030. También convertiremos cinco grúas RTG de diésel a eléctricas y ampliaremos nuestra estación de carga con 12 conectores adicionales, lo que permitirá abastecer a 32 camiones internos con energía limpia.

¿Van a incluir también a sus proveedores en la estrategia de descarbonización?
Hemos comenzado a trabajar en la gestión de nuestras emisiones de Alcance 3, involucrando activamente a nuestros proveedores mediante un plan de capacitación que les permita medir su huella de carbono y avanzar hacia la descarbonización de sus propias operaciones.

A partir del 2026, implementaremos el proyecto Shore Power, un sistema de suministro de energía renovable para buques atracados en nuestro muelle. Esta iniciativa permitirá a las líneas navieras reducir significativamente sus emisiones durante el atraque, marcando un precedente en la región.

Más allá de las energías renovables, ¿qué otras soluciones están implementando en favor de una gestión sostenible?
También estamos desarrollando proyectos enfocados en soluciones basadas en la naturaleza, integrando la infraestructura portuaria con el entorno natural. En paralelo, impulsamos iniciativas de economía circular, como la prolongación de la vida útil de nuestros activos, la reutilización de materiales para crear nuevas herramientas, el compostaje de residuos orgánicos y el incremento de la ratio de reciclaje en nuestras operaciones.

Nuestro objetivo es claro: seguir liderando la transformación sostenible del sector logístico-portuario en el Perú y en la región, demostrando que es posible operar con eficiencia y responsabilidad y de cara al futuro.

Caja Arequipa recibe Distintivo Empresa con Gestión Sostenible otorgado por Perú Sostenible

En una ceremonia que reunió a destacados líderes corporativos, Caja Arequipa recibió el Distintivo Empresa con Gestión Sostenible (EGS) de Perú Sostenible, un reconocimiento que marca un hito para Caja Arequipa y que destaca la excelencia de la entidad en la gestión de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) dentro del sector empresarial peruano.

Este reconocimiento valida el compromiso transversal de Caja Arequipa con la sostenibilidad y con un modelo de negocio responsable que genera valor compartido para sus grupos de interés, las comunidades donde opera y el país en su conjunto.

De esa forma, Caja Arequipa no solo demuestra que cumple con los más altos estándares ambientales, sociales y de gobernanza, sino que refuerza su propósito de integrar la sostenibilidad en el corazón del negocio.

De hecho, este año, el proceso de evaluación del EGS incluyó una metodología exhaustiva y rigurosa sobre las actividades y resultados de las diversas áreas de la organización a lo largo del 2024.

Este proceso permitió evidenciar la gestión responsable de Caja Arequipa en aspectos clave como desarrollo comunitario, buen gobierno corporativo, gestión ambiental y reducción de huella ecológica, diversidad, equidad e inclusión, ética e innovación sostenible.

El Distintivo Empresa con Gestión Sostenible es una herramienta de Perú Sostenible que evalúa el desempeño de las organizaciones peruanas en tres pilares clave: Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG). Reconoce a aquellas empresas que integran estos criterios en su estrategia empresarial y en su gestión operativa, promoviendo un modelo de desarrollo sostenible, inclusivo y resiliente.

De esa forma, Caja Arequipa reafirma su compromiso de seguir avanzando hacia una banca más humana, más sostenible y más cercana a las necesidades del Perú.

Minería que inspira la transición energética

Mientras el mundo busca con urgencia cómo descarbonizar su economía, en las montañas de La Libertad ya hay una operación minera que lo está logrando. No con discursos, sino con hechos.

La Compañía Minera Poderosa ha sido reconocida con el Premio a la Innovación Tecnológica para la Eficiencia Energética Minera 2025, entregado en Lima durante el 6° Congreso Internacional "Minería Perú y América Latina", que no solo destaca el esfuerzo técnico, sino también el coraje de romper paradigmas.

¿La razón? La implementación de un Plan de Transición Energética enfocado en reducir su huella de carbono tanto en el consumo de electricidad como de combustibles fósiles.

Este plan ya muestra resultados tangibles gracias a la puesta en operación de un sistema de almacenamiento de energía con baterías (BESS) de 4 MW / 8 MWh. Una tecnología aún poco común en la minería latinoamericana, pero que en Poderosa ya es realidad. Gracias a esta innovación, la empresa ha reducido de forma significativa su dependencia del diesel y sus emisiones de CO_2 y ha logrado un ahorro cercano a los 2 millones de dólares en menos de dos años. ¿La clave? Cargar energía en horas valle, descargarla en horas punta, y anticiparse a la demanda con inteligencia predictiva.

Esto no solo es innovación. Es visión. Y también valentía. Porque dar el salto hacia un modelo energético limpio en una mina subterránea no es tarea sencilla. Implica superar barreras técnicas, logísticas y culturales; mirar más allá del corto plazo y apostar por un futuro donde la minería es una parte esencial de la solución.

Asimismo, la minera ha incorporado energía limpia y certificada de la red, además de implementar generación distribuida mediante paneles solares y baterías de litio en sus sedes administrativas e incluso en su aeródromo, que antes funcionaba con diesel en un sistema aislado, y hoy opera con energía 100 % renovable.

Además, está ejecutando un plan de electromovilidad que incluye buses y pickups 4x4 100 % eléctricos, con miras a un cambio progresivo de toda su flota operativa, para cumplir con las metas de Carbono Cero en alcance 1, 2 y 3 hacia 2030 y 2050. Este mensaje se llevará con fuerza el próximo 25 de septiembre en el Foro de Transición Energética Minera en PERUMIN 37, donde Poderosa presentará cómo esta experiencia puede escalarse a todo el sector.

En un país donde la minería representa más del 60 % de las exportaciones, su descarbonización no es un lujo: es una urgencia estratégica. Y Poderosa ha demostrado que es posible lograrlo.

Este premio no es un punto de llegada. Es un punto de partida. Una señal clara de que la nueva minería peruana ya comenzó, y que su éxito no se mide solo en toneladas extraídas, sino en toneladas de CO_2 evitadas, en resiliencia energética e innovación con impacto.

Cuando una mina apuesta por la eficiencia energética, el beneficio va más allá de lo económico; es también ambiental, social y reputacional.

Hoy Poderosa no solo extrae oro; también genera inspiración. Y en tiempos de transición, eso vale más que nunca.

Cummins Perú amplía su apoyo a proyecto educativo que beneficia a casi 10 000 estudiantes

La iniciativa "Niñas con Oportunidades", creada por CARE Perú, busca que menores y adolescentes de zonas rurales y vulnerables concluyan la secundaria en condiciones de bienestar y sin estereotipo que los limiten.

Cummins Perú, anunció la renovación y ampliación de su compromiso con la iniciativa "Niñas con Oportunidades", impulsada por CARE Perú, que promueve el desarrollo personal y educativo de niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad. La empresa respalda este programa a través de un voluntariado corporativo promovido por Komatsu-Mitsui, compañía a la que pertenece Cummins Perú y mediante un aporte económico que este año se ha incrementado a más 70 000 dólares, con el objetivo de ampliar su alcance y generar un mayor impacto. A la fecha, el programa ha beneficiado a casi 10 000 estudiantes en regiones como Amazonas, Cajamarca, Lambayeque y Lima Metropolitana.

Erick Ruiz
Gerente general de Cummins Perú

"Niñas con Oportunidades" tiene como propósito que sus participantes concluyan la secundaria con bienestar emocional, autonomía y libre de estereotipos que limiten sus decisiones. Para ello, trabaja con enfoques de educación sexual integral, habilidades socioemocionales, educación financiera con perspectiva STEAM y el diseño de un proyecto de vida. La intervención también incluye mentorías vocacionales, concursos de emprendimiento, visitas educativas y actividades de liderazgo femenino.

"Estamos convencidos de que el desarrollo comienza con oportunidades reales. Este programa transforma vidas, y por eso lo respaldamos con convicción. Ver a las niñas tomar la palabra, plantearse metas, y abrirse paso con seguridad es un recordatorio del impacto que sí se puede generar desde la empresa privada", señaló Yanitza Alzamora, gerenta de Planificación Estratégica de Komatsu-Mitsui y lideresa de Powers Women de Cummins Perú.

ESTE PROGRAMA ES PROMOVIDO POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO DE KOMATSU-MITSUI, EMPRESA A LA QUE PERTENECE CUMMINS PERÚ.

A través del voluntariado corporativo, Cummins Perú ha tenido un impacto directo en el desarrollo de más de 2700 estudiantes en los últimos tres años, a través de mentorías vocacionales, visitas a sus plantas en Lima y Cajamarca, asesorías para proyectos de emprendimiento y experiencias de liderazgo

femenino. Estas acciones se han realizado en 32 instituciones educativas y han contado con la participación de más de 300 colaboradores de la empresa de todo el país.

Asimismo, este trabajo también se enmarca en Cummins Powers Women, el programa global de Cummins Inc. que impulsa alianzas estratégicas para promover la equidad de género y el empoderamiento de niñas y mujeres en todos los países donde opera.

Reconocimiento por su contribución a la educación rural

Durante la ceremonia Impacto CARE 2025, realizada este 9 de julio en Lima, CARE Perú otorgó a Cummins Perú el reconocimiento Agentes de Cambio 2024, en la categoría Mayor compromiso y contribución a la educación rural. Este distintivo destaca el rol de aliados estratégicos del sector privado que apuestan por intervenciones sostenibles y transformadoras en beneficio de poblaciones históricamente excluidas.

En 2024, además de la contribución económica, la colaboración de Cummins Perú se reflejó en acciones concretas como la organización de 19 mentorías vocacionales en Lima y regiones, que involucraron a más de 460 estudiantes y 28 voluntarios. Asimismo, 54 escolares visitaron sus plantas en Lima y Cajamarca, mientras que seis adolescentes participaron en el programa “Lideresas en Acción”, donde conocieron de cerca los roles de liderazgo femenino dentro de la compañía. Además, se realizó el voluntariado de emprendimiento con 38 voluntarios, 132 estudiantes impactados y 26 proyectos evaluados que participaron en el concurso Idea & Emprende.

“La innovación en Grupo AJE está directamente vinculada a nuestras metas de sostenibilidad”

Ricardo Arboccó, gerente global de Transformación Digital de Grupo AJE, comenta que todas las iniciativas se alinean con los cuatro pilares de sostenibilidad que guían la gestión de la compañía: Descarbonización, Circularidad, Biodiversidad y Ciudades Sostenibles. Además, señala que promueven un ecosistema de innovación abierta mediante la colaboración con asesores especializados, universidades, centros de investigación y organizaciones que impulsan el emprendimiento e innovación.

¿Cómo entiende su empresa el rol de la tecnología y la innovación en el fortalecimiento de su competitividad y sostenibilidad a largo plazo?
En Grupo AJE entendemos la tecnología y la innovación como pilares fundamentales para nuestra competitividad y sostenibilidad. No solo adoptamos herramientas digitales para optimizar nuestras operaciones, sino que también utilizamos tecnologías avanzadas para respaldar la toma de decisiones basada en datos.

Este enfoque nos permite anticiparnos a los cambios del mercado y adaptarnos con agilidad, manteniendo nuestra posición de liderazgo en las regiones donde operamos. La innovación, además, es un catalizador clave para desarrollar soluciones sostenibles alineadas con nuestros objetivos a largo plazo.

Ricardo Arboccó
Gerente global de Transformación Digital de Grupo AJE

¿Qué enfoque sigue Grupo AJE para adaptarse a las distintas realidades de los mercados en los que opera?
En Grupo AJE priorizamos las necesidades de nuestros clientes, entendiendo que, al ser una empresa global, debemos adaptarnos a diversas culturas y hábitos de consumo. Para lograrlo, tomamos decisiones basadas en datos que respaldan nuestra operación en una amplia variedad de mercados.

Además, complementamos esta estrategia con un seguimiento constante de resultados, lo que nos permite actuar con rapidez ante cualquier desviación y reforzar así nuestra agilidad operativa.

¿De qué manera vinculan sus procesos de innovación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o con retos sociales y ambientales relevantes en el país?
La innovación en Grupo AJE está directamente vinculada a nuestras metas de sostenibilidad. Todos los proyectos deben alinearse con nuestras palancas estratégicas que orientan los objetivos de largo plazo. Una de estas palancas son los cuatro pilares de sostenibilidad que guían nuestra gestión: Descarbonización, Circularidad, Biodiversidad y Ciudades Sostenibles.

Estos pilares están a su vez conectados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Actualmente lideramos iniciativas alineadas con los ODS 3 (Salud y Bienestar), 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles), 13 (Acción por el Clima) y 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres), contribuyendo activamente a los principales retos sociales y ambientales de los países donde operamos.

¿Han desarrollado alianzas con startups, centros de investigación o universidades para acelerar la innovación dentro de su empresa? ¿Cuáles han sido los principales aprendizajes o resultados?
Sí. En Grupo AJE fomentamos un ecosistema de innovación abierta. Colaboramos con asesores especializados, universidades, centros de investigación y organizaciones que promueven el emprendimiento e innovación.

Estas alianzas han fortalecido nuestra capacidad de desarrollar soluciones ágiles y culturalmente relevantes. Uno de los principales aprendizajes ha sido la importancia de conectar con socios que compartan nuestros valores y visión, lo que nos ha permitido mantener nuestra esencia emprendedora mientras escalamos soluciones innovadoras.

¿Qué tecnologías emergentes (IA, IoT, blockchain, automatización, entre otras) han explorado o adoptado recientemente? ¿Qué impacto concreto han tenido en sus procesos o servicios?
Hemos integrado herramientas de inteligencia artificial que fortalecen nuestras operaciones comerciales y permiten ofrecer capacitación personalizada a nuestros equipos. Aplicamos IoT en nuestras líneas de producción para optimizar su rendimiento, y hemos implementado automatizaciones que incrementan la eficiencia de nuestros procesos internos, especialmente en back office. También hemos explorado el uso de blockchain para la trazabilidad de nuestros superfrutos, mejorando la transparencia y la confianza en nuestra cadena de valor.

Por otro lado, con el lanzamiento de Club Emprende, iniciativa dedicada a brindar recursos prácticos y motivación constante para quienes desean comenzar su camino al éxito, trasladamos esta visión tecnológica al ecosistema emprendedor. La plataforma integra inteligencia artificial para ofrecer asistencia virtual a jóvenes emprendedores, ayudándoles a transformar ideas en negocios sostenibles y preparados para el futuro digital

"ESE ESPÍRITU DE SOÑAR EN GRANDE NOS IMPULSÓ, JUNTO A LA FUNDACIÓN AJE, A LANZAR CLUB EMPRENDE".

¿Qué desafíos enfrentan actualmente para escalar soluciones tecnológicas o digitales dentro de su sector?
De acuerdo al estudio de Gartner, *IT Key Metrics Data 2025*, el sector de consumo masivo se enfrenta a un rápido proceso de adopción tecnológica, con un retraso notable en comparación con las industrias de servicios, sobre todo en Latinoamérica y Asia. Esta situación representa una gran oportunidad para invertir en soluciones ya probadas, evitando así los costos inherentes a ser pioneros.

Quienes tengamos esto claro y no temamos implementar rápidamente dichas soluciones, seremos los que logremos diferenciarnos en nuestros mercados frente a la competencia.

¿Qué rol tiene la cultura organizacional en el fomento de la innovación continua? ¿Cómo gestionan internamente la resistencia al cambio tecnológico?
En Grupo AJE tenemos al emprendimiento y la audacia como parte de nuestro ADN, permitiéndonos crecer rápidamente en todos los mercados donde estamos presentes. Estos valores han arraigado en nosotros un deseo constante de innovar en nuestras metodologías. Por ese motivo esta inclinación es activamente impulsada y fomentada desde la dirección hacia toda la organización.

Ese espíritu de soñar en grande nos impulsó, junto a la Fundación AJE, a lanzar Club Emprende. Con esta plataforma digital gratuita promoveremos la vocación de emprendimiento, facilitando herramientas que permitan desarrollar ideas de negocios de forma competitiva.

Desde su perspectiva, ¿qué políticas públicas o incentivos serían clave para fortalecer el ecosistema de innovación tecnológica empresarial en el Perú?
Perú se encuentra en una posición única y atractiva para empresas de todo índole, gracias a su estabilidad regional y vasta biodiversidad. Este escenario es ideal para emprendedores que buscan préstamos y subsidios para sus proyectos. Las oportunidades no se limitan al desarrollo de nuevos productos; en el ámbito tecnológico, se abren infinitas posibilidades para la creación de software y hardware que respalden la sostenibilidad en nuestro rico ecosistema.

En este marco, ¿cómo proyectan aportar a este ecosistema?
Desde Grupo AJE reconocemos esta gran oportunidad y nos comprometemos a apoyar a los emprendedores. Esto se logrará a través de capacitaciones y la formación de comunidades mediante la iniciativa Club Emprende, convirtiéndose en una apuesta por el futuro de miles de jóvenes emprendedores.

La plataforma, desarrollada con la colaboración y acompañamiento de Amazon Web Services (AWS) como aliado estratégico, permite a los usuarios tener información relevante sobre cómo iniciar un negocio, una agenda actualizada de eventos, un directorio de organizaciones que brindan apoyo a emprendedores, historias inspiradoras de casos de éxito y una sección de preguntas frecuentes.

Grupo Gloria: “Hemos invertido más de 700 millones de soles en desarrollo ganadero lechero”

Con operaciones en siete países y cuatro unidades de negocio, la empresa peruana fortalece su compromiso con una gestión sostenible que articula desarrollo social, innovación y eficiencia ambiental.

POR OSMARO VILLANUEVA ovillanueva@stakeholders.com.pe

Con más de ocho décadas de historia, Grupo Gloria ha sabido expandirse desde su origen provincial hasta consolidarse como uno de los conglomerados empresariales más importantes de Sudamérica. Presente en siete países y operando en sectores como alimentos, agroindustria, empaques, construcción y logística, el grupo ha puesto en el centro de su estrategia lo que Reinaldo Serra, gerente corporativo de Asuntos Públicos y Sostenibilidad, define como “innovación sostenible”.

Reinaldo Serra
Gerente Corporativo de Asuntos Públicos de Grupo Gloria

“Gloria nace en una provincia del Perú, conquista el Perú, pero después conquista Sudamérica. Ahora mismo estamos en siete países de la región con nuestras cuatro grandes unidades de negocio”, explica Serra. Esa expansión ha sido acompañada por una profunda reflexión sobre su modelo operativo, que hoy se rige por cuatro pilares de sostenibilidad: nutrición para todos, protección del planeta, crecer juntos y trazabilidad con transparencia.

Cadena de valor con enfoque inclusivo

Uno de los pilares que cobra especial relevancia es “*crecer juntos*”, entendido como una visión de desarrollo compartido. “Creemos que con nosotros debe crecer todo quien forma parte de la cadena de valor”, afirma Serra. Bajo este principio, Gloria ha implementado una serie de iniciativas que fortalecen las capacidades de sus proveedores, especialmente los ganaderos lecheros.

Un ejemplo concreto es la instalación de cadenas de frío en establos de Cajamarca y Arequipa, una solución que permite preservar la leche en óptimas condiciones. “Instalamos tanques de frío de 500 litros que no consumen energía porque además les ponemos paneles solares. Le damos la oportunidad de desarrollo sin agravarlos económicamente y protegiendo el ambiente”, precisa el ejecutivo.

Este esfuerzo ha sido sostenido: en los últimos diez años, el grupo ha invertido más de 700 millones de soles en el desarrollo ganadero lechero. Esa cifra ha estado dirigida no solo a infraestructura, sino también a transferencia de tecnología, investigación en genética, suelos y alimentación. “Son números que ponen en evidencia el trabajo que se está desarrollando”, añade.

Nutrición como eje transversal

Quizás el pilar que más refleja la sensibilidad social del grupo es el de “*nutrición para todos*”, una línea de trabajo que busca combatir la desnutrición y la anemia infantil, incluso desde unidades de negocio no alimentarias. “Por ser un problema nacional todos requerimos comprometernos con ellos”, afirma Serra, convencido de que las empresas deben jugar un rol activo en esta tarea.

Una de las iniciativas más destacadas es el trabajo que el grupo viene realizando en Antioquia, un distrito de la sierra de Lima. "En el mes de setiembre deberemos estar declarando el pueblo de Antioquia libre de anemia para la población menor de 18 años", revela. La intervención no solo incluye la entrega de productos Gloria, sino también campañas de desparasitación, soporte psicológico, educación nutricional y seguimiento médico a las familias.

Este proyecto, que se trabaja en articulación con autoridades locales y colegios estatales, podría incluso superar sus metas para este año. "Teníamos como meta este año un distrito liberado, pero yo creo que lo vamos a superar porque hemos hecho un trabajo conjunto también con otras localidades del país", anticipa Serra.

Apuesta firme por energías limpias

El compromiso ambiental, agrupado bajo el pilar "*protección del planeta*", también ha tomado forma a través de importantes inversiones. La más destacada ha sido la puesta en marcha de la planta fotovoltaica de autoconsumo más grande del Perú, ubicada en Yura, Arequipa.

"GLORIA NACE EN UNA PROVINCIA DEL PERÚ, CONQUISTA EL PERÚ, PERO DESPUÉS CONQUISTA SUDAMÉRICA. AHORA MISMO ESTAMOS EN SIETE PAÍSES DE LA REGIÓN CON NUESTRAS CUATRO GRANDES UNIDADES DE NEGOCIO".

"El desembolso final ha sido de poco más de 25 millones de soles, y en seis años vamos a ver esa recuperación. Sin duda, es eficiencia por excelencia, por lo que va a representar en los próximos 15 años", señala Serra. Esta planta no es un caso aislado: ya se han instalado soluciones similares en uno de sus ingenios en el norte del país y se vienen evaluando nuevas ubicaciones con viabilidad técnica para replicar el modelo.

Gobernanza y transparencia

Finalmente, el cuarto pilar —*trazabilidad y transparencia*— representa el compromiso del grupo con buenas prácticas de gobernanza, gestión ética y comunicación abierta con sus stakeholders. Si bien Serra no detalla proyectos específicos en esta línea, lo define como un componente transversal a toda la estructura organizacional y clave para sostener el enfoque ASG en el largo plazo.

En este sentido, cada empresa del grupo adapta estos pilares generales a su realidad específica, convirtiéndolos en "programas, en proyectos, en políticas", según sus características, entornos y capacidades operativas. "Desde el Grupo Gloria nosotros ponemos este paraguas con estos cuatro pilares de sostenibilidad", remarca el ejecutivo.

La sostenibilidad, como demuestra Gloria, puede ser tan estructural al negocio como cualquier otra unidad operativa. La diferencia está en cómo se gestiona: con visión, inversión y coherencia.

“Innovar es el único camino para generar valor sostenible a largo plazo”

Stakeholders conversó con Juan José Román, gerente de proyectos de Aprenda, sobre cómo la tecnología y la innovación se han convertido en ejes estratégicos para potenciar la competitividad de las organizaciones. Además, reflexionó sobre los desafíos del sector, el rol de la cultura organizacional y el potencial de las pequeñas empresas como catalizadoras de innovación con impacto.

¿Cómo entiende Aprenda el rol de la innovación y la tecnología en la construcción de valor sostenible a largo plazo?
En Aprenda consideramos que innovar es el único camino para seguir generando valor sostenible en el tiempo para nuestros clientes, nuestro equipo y los participantes y beneficiarios de los proyectos que ejecutamos. En ese contexto, la tecnología es un habilitador importante para nuestras operaciones cotidianas.

¿Qué estrategias han implementado para incorporar soluciones tecnológicas que impulsen la eficiencia operativa y la transformación digital en su organización?
Contamos con tres estrategias complementarias entre sí:

1. Tecnología básica: está enfocada en lograr que el 100 % de nuestro equipo trabaje con los equipos más modernos y el software más actualizado. Hemos centralizado toda la proveeduría de licencias con el principal operador del país y hemos iniciado un proceso de renovación de equipos con Lenovo cuya inversión finalizaremos en 2026.

2. Información segura: hemos implementado políticas, protocolos y mecanismos tecnológicos para que la información de Aprenda y la que la empresa administra por encargo de sus clientes esté respaldada, se asegure la continuidad de negocio y se prevengan ciberataques .

Juan José Román
Gerente de proyectos de Aprenda

3. Automatización progresiva: continuamente exploramos soluciones que no permitan automatizar procesos recurrentes comunes a la diversidad de proyectos que operamos.

¿De qué manera vinculan sus procesos de innovación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o con retos sociales y ambientales relevantes en el país?
Nuestro propósito como organización -”Impulsar el progreso a través del conocimiento”- está estrechamente vinculado a los ODS 4 y 8. En ese sentido, todos los esfuerzos que hacemos tienen un impacto directo en mejores oportunidades para los participantes y beneficiarios de los proyectos que administramos.

¿Qué tecnologías emergentes (IA, IoT, blockchain, automatización, entre otras) han explorado o adoptado recientemente? ¿Qué impacto concreto han tenido en sus procesos o servicios?
Desde 2019, venimos empleando soluciones de automatización en el flujo de

comunicación con participantes y beneficiarios de proyectos a través de WhatsApp y correo electrónico. Desde 2024, estamos explorando y empleando herramientas de IA generativa en algunos proyectos. Con ello hemos logrado reducir el tiempo de planificación y generación de contenidos para algunos proyectos e incrementado la productividad de los equipos a cargo.

¿Qué desafíos enfrentan actualmente para escalar soluciones tecnológicas o digitales dentro del sector?

Uno de los principales retos son los costos. En empresas de consultoría dedicadas a la gestión de proyectos, los equipos suelen crecer y decrecer en función a los proyectos en operación. Esto no siempre permite ahorros por economías de escala. Sin embargo, año a año venimos incrementando nuestra inversión en tecnología cuidando que los costos de nuestros servicios no dejen de ser competitivos para nuestros clientes.

¿Qué rol tiene la cultura organizacional en el fomento de la innovación continua? ¿Cómo gestionan internamente la resistencia al cambio tecnológico?

Parte de nuestra misión es acercar lo más actual de la gestión empresarial y las más recientes herramientas de tecnología a los emprendedores por lo que tenemos que creer lo que predicamos basados no únicamente en la fe (creer que sirve) sino la evidencia (haberlo aplicado).

"Innovamos con Eficiencia" es uno de los cinco principios culturales de Aprenda. Día a día acompañamos a nuestro equipo a estar abierto a nuevas formas de hacer las cosas buscando que la innovación, al final del día, nos haga siempre poder dar más de lo esperado empleando los mismos recursos.

Finalmente, desde su perspectiva, ¿qué políticas públicas o incentivos serían clave para fortalecer el ecosistema de innovación tecnológica empresarial en el Perú?

Propondría estrategias enfocadas en las 121 000 pequeñas empresas que representan el 4 % del total de empresas formales pero que generan 60 000 empleos formales más que las 2.1 millones de microempresas. Creo que ahí hay un gran potencial de que los recursos que se inviertan puedan caer en terreno fértil para -con acompañamiento y no únicamente capacitación- los equipos de esas pequeñas empresas desarrollen capacidades para que la innovación sea parte del ADN de las empresas. Finalmente, la tecnología irá cambiando con cada vez mayor rapidez. Por eso pondría el foco en el desarrollo de capacidades.

"PARTE DE NUESTRA MISIÓN ES ACERCAR LO MÁS ACTUAL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LAS MÁS RECIENTES HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍA A LOS EMPRENDEDORES".

¿Qué lecciones de liderazgo empresarial podemos extraer de la dirección orquestal?

Un director de orquesta dirige a los músicos a su cargo para recrear la obra de un compositor de la manera más apropiada. Roberto Serra, experto en estrategia empresarial en América Latina y expositor de la conferencia "Reflexiones Empresariales CEO 2025: Reescribiendo el futuro: CEOs, IA y el Perú" que organizó ESAN Graduate School of Business, explica que esta disciplina encierra lecciones que pueden ayudar a los directivos empresarial a superar un escenario marcado por la incertidumbre económica y el aceleramiento de la transformación digital.

Roberto Serra
Experto en estrategia empresarial en América Latina

Usted ha trabajado con líderes de distintos sectores, en contextos turbulentos y transformadores. Si pensamos en una empresa como una orquesta, ¿qué elementos de esa metáfora le parecen más reveladores para entender el rol actual de un líder?
La capacidad de poder trabajar juntos, como sucede también en las orquestas. Si cada músico interpreta una melodía distinta, la orquesta sonará mal. En una empresa, si cada área trabaja por su cuenta, de manera aislada, es imposible lograr un buen resultado.

En un entorno donde la inteligencia artificial automatiza decisiones y tareas, ¿qué espacio le queda al director de orquesta humano?
La inteligencia artificial nos brinda muchos datos, pero los humanos podemos generar otro tipo de elementos necesarios en una organización, más importantes que la información. Por eso hay que estar muy preparado y apostar por la transdisciplina, es decir, comprender muchas disciplinas para definir con claridad el rumbo a seguir, inspirarse y crear propuestas diferentes al resto. Si dejamos que una inteligencia artificial asuma el mando de la orquesta, obtendremos un sonido robótico, sin sensibilidad ni pasión, incapaz de transmitir todo lo que deseaba el compositor.

¿Cree que las crisis económicas y políticas funcionan como una especie de disonancia armónica que podría enriquecer la melodía empresarial?
Una crisis puede considerarse una disonancia que, al final, puede resultar positiva para la empresa, si se sabe manejar. Esta crisis genera puntos de bifurcación donde es posible crecer si se impulsa un cambio disruptivo. En la teoría del caos, se dice "Te vas a la muerte o creces". En Silicon Valley, a ese punto de bifurcación lo llaman el valle de la muerte. Las crisis son importantes, precisamente, para superar ese valle.

Mencionó antes que las empresas que sobreviven no son las más fuertes, sino las más veloces. ¿Cómo se acelera una orquesta sin que sus músicos pierdan el compás?
En la música, los accelerandos, glissandos y demás elementos suelen estar escritos, así que no es difícil acelerar sin perder el compás. Es el director quien dirigirá a la orquesta por este camio. Probablemente, es mucho más fácil en el ámbito musical que empresarial.

¿Cuáles son, a su juicio, las habilidades más subestimadas que debe tener hoy un CEO para mantener el ritmo sin convertirse en un tirano de la batuta?
Ese tirano de la batuta nunca debería existir. Hoy, no se puede dar órdenes ni controlar. Tenemos que trabajar con base en la autoorganización y el líder debe ser una persona que junte a la gente y le inspire pasión y ganas de trabajar juntos a fin de generar un eco. El sistema interno y externo cambia por completo, según la fortaleza del líder. Necesitamos un liderazgo holístico e inspirador que indique el camino a recorrer.

En contextos de crisis, muchas empresas recortan su presupuesto en innovación, formación o cultura organizacional. ¿Cuán peligroso es este recorte para el sonido a largo plazo de la orquesta?
Son volantazos muy peligrosos que suelen estar dirigidos por la fuerza bruta. Puede que, en algunos, se eliminen componentes que no se necesitarán en el futuro, pero, en la mayoría de los casos, generan resultados negativos para las empresas.

Vivimos tiempos donde la disrupción es la regla. ¿Cómo se entrena un oído empresarial para distinguir una verdadera señal de cambio de un ruido pasajero?
En primer lugar, más que buscar una señal o ruido, es importante pensar uno mismo en cómo generar la disrupción. En segundo lugar, tenemos que estar atentos para determinar si estamos ante una señal o un ruido. Si se trata de una señal, tenemos que liderar el cambio. En eso consiste la disrupción. Nuestra empresa tiene que empezar a buscar elementos disruptivos siempre y por iniciativa propia. Si se queda estancada y no tiene el coraje de arriesgarse, es muy probable que termine perdiendo.

"NUESTRA EMPRESA TIENE QUE EMPEZAR A BUSCAR ELEMENTOS DISRUPTIVOS SIEMPRE Y POR INICIATIVA PROPIA".

Ante el riesgo de que la inteligencia artificial nos dé melodías impecables, pero sin alma, ¿cómo evita una empresa convertirse en un reproductor automático, en vez de una orquesta viva?
La empresa tiene que ser manejada por un grupo amplio de personas, no solo desde arriba ni mediante una inteligencia artificial. Debemos recordar siempre que somos nosotros, los trabajadores, quienes le otorgamos vida y, sobre todo, esa pasión que nunca podrá replicar la inteligencia artificial.

“Para Electrolux Group, sostenibilidad y negocio son inseparables”

Joao Zeni, director de Sostenibilidad de Electrolux Group para América Latina, comenta acerca del compromiso de la compañía con la sostenibilidad. En esa línea, aborda también su reporte de sostenibilidad, y detalla las acciones para el cumplimiento de objetivos como la incorporación de un 35 % de materiales reciclados en sus productos.

Joao Zeni
Director de Sostenibilidad de Electrolux Group para América Latina

¿Qué significa hablar de sostenibilidad para Electrolux?

Para Electrolux Group, sostenibilidad y negocio son inseparables. No concebimos una estrategia de sostenibilidad aparte del modelo de negocio; más bien, buscamos que nuestra estrategia empresarial sea sostenible en sí misma. Esto implica integrar prácticas responsables en todas nuestras operaciones, desde el diseño de productos hasta la cadena de suministro.

¿Podría comentarnos en qué consiste la estrategia de sostenibilidad de la compañía en Latinoamérica?

Nuestra estrategia de sostenibilidad en América Latina está completamente alineada con el marco global “For the Better 2030”, que se estructura en tres pilares fundamentales:

- **Mejor Compañía:** buscamos reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones mediante el uso de electricidad 100 % renovable, la certificación “Zero Waste to Landfill” en todas nuestras plantas de la región y la mejora continua en eficiencia hídrica y energética. Promovemos el bienestar de las personas y comunidades, tanto dentro como fuera de la empresa, fomentando ambientes de trabajo seguros, diversos e inclusivos, y apoyando causas sociales relevantes en los países donde operamos.
- **Mejores Soluciones:** desarrollamos productos más eficientes, duraderos y con menor huella ambiental, incorporando materiales reciclados y tecnologías que reducen el consumo de energía y agua. Iniciativas como Electrolux Ecoplus ayudan a los consumidores a identificar fácilmente las opciones más sostenibles.
- **Mejor Vivir:** Incentivamos a las personas a adoptar hábitos más conscientes, sin esfuerzo, posicionando nuestros productos como herramientas que, utilizadas correctamente, contribuyen a una vida más sostenible y responsable con el planeta.

¿Cómo enfocan estos pilares en América Latina?

En América Latina, adaptamos estos pilares a nuestras realidades locales, implementando acciones concretas que generan un impacto positivo. Vemos nuestros productos como piezas clave para alcanzar ese impacto: son herramientas que permiten a millones de personas vivir de forma más sostenible, de manera práctica y sin esfuerzo, gracias a tecnologías más limpias y eficientes. Como la marca de electrodomésticos más vendida en la región, somos plenamente conscientes de la responsabilidad y del enorme potencial transformador que tenemos en nuestras manos.

¿Cuál es el nivel de impacto al que se puede llegar con un enfoque sostenible en sus productos?

Cuando sumamos los millones de productos que vendemos, su potencial de impacto positivo es enorme. Solo con la mejora en la eficiencia energética de nuestros productos, proyectamos evitar la emisión de más de 500 000 toneladas de CO_2 hasta 2030. Además, nuestras iniciativas de eficiencia hídrica permitirán ahorrar más de 3000 millones de litros de agua por año en América Latina.

¿Cuáles son los resultados más destacados que han presentado en su Informe de Sostenibilidad 2024?

Algunos de los logros más relevantes del Grupo Electrolux en 2024 incluyen la reducción del 36 % en emisiones de carbono de alcance 1 y 2, y del 31 % en alcance 3 (uso del producto), en comparación con 2021. Además, 94 % de la electrici-

dad y 64 % de toda la energía utilizada en operaciones provienen de fuentes renovables.

Destacar que los productos más eficientes en el uso de recursos representaron el 24 % del total de unidades vendidas y el 33 % del beneficio bruto.

¿Qué otras iniciativas han desarrollado en la región para impactar en la sostenibilidad ambiental?
En América Latina, destacamos la implementación de programas que buscan lograr que el 100 % de la energía eléctrica de toda la operación regional provenga de fuentes renovables. También contamos con avances en circularidad, donde más del 70 % de los productos fabricados en la región ya incorporan algún porcentaje de plástico reciclado. Ofertamos productos, como las hidrolavadoras, que utilizan hasta un 60 % de plástico reciclado en su composición.

En esa línea, ¿en qué etapa se hallan en el propósito de seguir incluyendo materiales reciclados en la elaboración de sus productos?
Nuestro objetivo es utilizar un 35 % de materiales reciclados, como plástico y acero —los dos materiales más utilizados por la compañía— en la fabricación de nuestros productos para 2030. Esta meta representa una evolución significativa respecto al objetivo anterior, que se centraba exclusivamente en plásticos, y refuerza nuestro compromiso con una economía circular más robusta y con la reducción del impacto climático.

En América Latina, ya hemos logrado avances importantes: más del 70 % de los productos fabricados en la región contienen algún porcentaje de plástico reciclado, y en algunos casos, como las hidrolavadoras, este porcentaje supera el 60 %.

¿Qué otros desafíos identifican en la incorporación de este tipo de insumos?
Reconocemos que existen desafíos técnicos importantes en este camino, especialmente en lo que respecta a la compatibilidad de materiales reciclados con los requisitos de calidad, seguridad y eficiencia de nuestros productos. Por eso, estamos comprometidos con una mejora continua, apoyándonos en innovación, colaboración y diseño inteligente para superar estos retos.

¿Cómo vienen afrontando estos aspectos desde Electrolux?
Para alcanzar esta meta, estamos trabajando en diversas frentes como la colaboración técnica con proveedores, para asegurar el suministro de materiales reciclados de alta calidad que cumplan con nuestros estándares de desempeño, seguridad y durabilidad.

Asimismo, inversión en investigación y desarrollo, para adaptar nuestros procesos de producción y escalar el uso de materiales reciclados sin comprometer la calidad del producto. Y, finalmente, en el Diseño de productos orientado a la circularidad, facilitando el desmontaje, la reutilización y el reciclaje al final de la vida útil.

¿Qué esfuerzos realizan para que la cadena de suministro también incorpore conceptos de sostenibilidad?
Reconocemos que la colaboración con nuestros proveedores es esencial para avanzar en sostenibilidad. Contamos con un área global de "Responsible Sourcing" que monitorea continuamente el cumplimiento de nuestros estándares socioambientales por parte de los principales proveedores.

Además, implementamos evaluaciones de sostenibilidad en nuestra área de compras y utilizamos indicadores específicos en logística para evaluar y premiar a los proveedores con mejor desempeño en sostenibilidad.

¿Alguna medida concreta al respecto?
En colaboración con el banco Itaú BBA y el CDP, lanzamos una iniciativa de financiamiento de la cadena de suministro que ofrece mejores tasas de anticipación de pagos a los proveedores que obtienen mejores calificaciones en la gestión climática, incentivando así prácticas más sostenibles en toda nuestra red de suministro.

Para concluir, ¿qué reconocimientos o certificaciones reflejan el compromiso de Electrolux con la sostenibilidad ambiental y social?
Nuestro compromiso con la sostenibilidad ha sido reconocido por diversas organizaciones a nivel mundial. Entre ellas la Certificación Oro de EcoVadis, situándonos entre el 5 % de las mejores empresas evaluadas. También la Calificación A- en el CDP por nuestra gestión climática.

Con un alcance global, han sido incluidos en el índice Dow Jones Sustainability Index como líderes en sostenibilidad en Europa. ¿Qué otros logros puede destacar?

El reconocimiento por la revista TIME como una de las empresas más sostenibles del mundo por segundo año consecutivo. Calificación de 5 estrellas por Newsweek, destacándonos entre más de 8000 empresas evaluadas. Fuimos la única empresa del sector incluida en el e-book de soluciones circulares realizado por la CNI/FIESP, presentado en el World Circular Economy Forum.

Estos reconocimientos reflejan nuestro compromiso continuo con la sostenibilidad y nos motivan a seguir innovando y liderando en este ámbito.

Transformar para trascender: el nuevo rostro empresarial de la sostenibilidad

La sostenibilidad ya no es una etiqueta verde, es una estrategia de negocio con nombre y apellido. Así quedó claro en el Foro Anual de Sostenibilidad 2025, organizado por la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú), que se realizó el pasado 18 de junio en el Swissôtel Lima.

POR OSMARO VILLANUEVA ovillanueva@stakeholders.com.pe

Bajo el lema "Transformación sostenible con visión y estrategia", el evento congregó a más de 400 participantes entre líderes del sector privado, representantes del Estado, academia y sociedad civil, para discutir cómo convertir los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en ventajas competitivas reales.

La edición 2025 del foro reafirmó un mensaje contundente: la sostenibilidad es generadora de valor. Y no se habla solo de rentabilidad o cumplimiento normativo, sino de acceso a capital, fidelización de talento, innovación y diferenciación en mercados cada vez más exigentes.

Con una agenda integral que combinó conferencias magistrales, paneles de alto nivel, talleres especializados y espacios de networking, el evento se posicionó como un hito anual para el ecosistema empresarial comprometido con el desarrollo sostenible.

Del compromiso al modelo de negocio

José Pablo Valverde, codirector del Centro de Sostenibilidad Digital del INCAE Business School, y Luis Reingruber, ejecutivo de la CAF – Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, abrieron la jornada compartiendo las principales tendencias globales. Subrayaron que el éxito de una estrategia ESG pasa por integrarla al corazón del negocio, desde el gobierno corporativo hasta la experiencia del cliente.

En la misma línea, José Carlos Saavedra, socio de APOYO Consultoría, enfatizó que el contexto político y social actual —marcado por la desconfianza ciudadana (83%) y la percepción de retroceso (60%)— representa un desafío para la articulación de iniciativas sostenibles. Sin embargo, también abre una ventana de oportunidad para que las empresas asuman un liderazgo transformador y tangible.

A su turno, el profesor y director del Magíster en Negocios Sostenibles de la UAI, Esteban Koberg, junto con la directora del Centro de Futuros Empresariales, Magdalena Aninat Sahli, presentaron en Lima los resultados del "Estudio de Integración de la Sostenibilidad en las Estrategias de Negocios en América Latina y el Caribe".

El informe, desarrollado en conjunto con la Asociación de Cámaras de Comercio Americanas en la región, revela que la sostenibilidad se mantiene como una prioridad en la agenda corporativa. No obstante, persisten brechas en la integración efectiva de las dimensiones sociales y ambientales en los sistemas de incentivos. "De hecho, la mitad de las compañías (52%) no incluye este tipo de dimensiones en los incentivos variables y aquellas empresas que sí tienen, en su mayoría pesa menos del 20% en la compensación variable", advirtió Aninat.

Prácticas que inspiran desde la acción

En el panel de los CEO y los talleres temáticos, empresas como Grupo AJE, LATAM Airlines, Minsur, Sodexo, BBVA, Nexa Resources y Kallpa Generación compartieron cómo han traducido la sostenibilidad en decisiones concretas. Augusto Bauer (AJE) reafirmó su meta de carbono neutralidad al 2040, destacando el rol de las alianzas como motores del cambio. Juan Montoya (Sodexo) reveló que el 45% de sus proveedores son MYPES, fortaleciendo las economías locales. Gonzalo Quijandria (Minsur) trazó un paralelismo potente: "La sostenibilidad es como montar bicicleta: hay que mirar al horizonte y no las ruedas".

Por su parte, Mónica Obando (LATAM Airlines) destacó la necesidad de comunicar con creatividad para sumar más actores a la causa climática. Luis Alburqueque (Kallpa) presentó su modelo de vigilancia ciudadana como una práctica replicable en sectores sensibles, mientras que Raúl Farfán (PetroTal) introdujo el Fondo Permanente 2.5, una herramienta para asegurar impactos sostenibles en la Amazonía.

Sostenibilidad con mirada empresarial

Más allá de las experiencias individuales, el foro enfatizó en algunos mensajes clave para las empresas que desean posicionarse como agentes de transformación:

1. **Diseñar hojas de ruta alineadas al negocio:** Las estrategias ESG deben nacer del propósito organizacional y vincularse a los objetivos comerciales.

2. **Comprender el contexto para anticiparse:** Leer las señales del entorno permite gestionar riesgos de manera proactiva.

3. **Transformar conductas, no solo procesos:** El cambio sostenible parte de una evolución cultural profunda.

4. **Pensar en el largo plazo:** La sostenibilidad implica inversiones que rinden en generaciones.

5. **Fomentar alianzas con impacto:** La colaboración intersectorial es clave para escalar soluciones.

El Foro Sostenibilidad 2025 de AmCham Perú no solo demostró que el sector privado está avanzando, sino que existe un camino claro para quienes aún no han dado el paso. La sostenibilidad se construye con decisiones valientes, alianzas genuinas y acciones consistentes. Y en esa ruta, las empresas no solo pueden prosperar: pueden dejar huella.

40 personas fueron operadas gratuitamente de labio y paladar hendido en Piura

En el Perú, cada año nacen cerca de 2500 bebés con labio y paladar hendido. Gracias a una alianza solidaria entre la Fundación Romero y Misión Caritas Felices, 40 pacientes provenientes de Piura y zonas aledañas accedieron a cirugías reconstructivas gratuitas en Sullana.

En un esfuerzo conjunto por mejorar la calidad de vida de niños de bajos recursos, la Misión Caritas Felices, en alianza con la Fundación Romero, llevó a cabo una campaña médico-humanitaria que hizo posible la operación gratuita de 40 menores con labio fisurado y paladar hendido con el apoyo del Hospital de Apoyo II-2 de Sullana. Esta intervención benefició a decenas de familias vulnerables que, por su situación económica, no podían acceder a este tipo de procedimientos especializados.

Según cifras del Ministerio de Salud, en el Perú nacen aproximadamente 2500 bebés al año con esta condición, lo que representa alrededor de 1 de cada 700 nacimientos. Estas cirugías reconstructivas, cuyo costo puede superar los S/1500, son fundamentales no solo para la salud física de los niños, sino también para su desarrollo emocional, social y educativo.

La jornada contempló una evaluación médica integral a más de 120 pacientes previamente inscritos —entre niños y adultos— a cargo de un equipo multidisciplinario conformado por especialistas en pediatría, cirugía plástica, anestesiología, nutrición, entre otros. Tras las evaluaciones, se seleccionó a los 40 pacientes que fueron operados en quirófanos habilitados especialmente para la campaña, cumpliendo con los más altos estándares de seguridad.

“Es un privilegio para nosotros seguir trabajando conjuntamente en favor de nuestros niños. Este es el resultado de la unión y trabajo de peruanos en favor de peruanos. Gracias al apoyo del hospital, de la comunidad, y de todas las instituciones que se sumaron a esta causa. En esta campaña trabajaron los mejores especialistas en el tratamiento de pacientes fisurados: peruanos voluntarios del equipo de Misión Caritas Felices, quienes conjuntamente con especialistas del Hospital formaron un solo equipo de lujo, en beneficio de nuestros pacientes”, dijo Lissel Krüger, directora general de la Asociación Civil Misión Caritas Felices.

Durante todo el proceso, las familias recibieron acompañamiento emocional, soporte logístico, alimentación y actividades recreativas para crear un entorno cálido y humano. Además, un equipo de voluntarios de la Fundación Romero se encargó de preparar los kits de internamiento que fueron entregados a cada paciente aceptado, contribuyendo a que la experiencia hospitalaria fuera más llevadera para los beneficiarios y sus familias.

“Como Fundación, creemos en el poder de las alianzas para transformar realidades. Esta campaña ha sido una muestra concreta de que cuando instituciones y voluntarios unen esfuerzos con propósito, el impacto trasciende lo médico: se transforma la vida de familias enteras. Estamos profundamente agradecidos con Misión Caritas Felices y con todos los que hicieron esto posible”, señaló Martín Pérez, director ejecutivo de la Fundación Romero.

Con esta acción, la Fundación Romero reafirmó su compromiso de ser una familia comprometida con las familias del Perú, impulsando iniciativas que devuelvan la esperanza y la sonrisa a quienes más lo necesitan.

ACOMPAÑANDO A LAS #1
DE LA COCINA PERUANA EN SU DESARROLLO

+4.2M
de raciones de alimentos entregados

+44,000
personas beneficiadas de 462 ollas comunes

+1,300
lideresas capacitadas en 10 ciudades del país

YOVANA Y MARÍA | Lideresas de ollas comunes

alicorp **Acompañando a los peruanos en su desarrollo**

ollasquedesarrollan.pe

BEYOND ZERO

MÚLTIPLES OPCIONES TECNOLÓGICAS PARA LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

GAS NATURAL VEHICULAR
GNV

CELDAS DE HIDRÓGENO
FCEV

HÍBRIDOS ELÉCTRICOS
HEV

100% ELÉCTRICOS
BEV

HÍBRIDOS ENCHUFABLES
PHEV

Más de un camino hacia la carbono neutralidad

En Toyota avanzamos hacia la carbono neutralidad ofreciendo múltiples opciones tecnológicas, porque no existe un único camino para lograr este objetivo. Cada país avanza según su propia realidad -matriz energética, infraestructura y otras condiciones-.

En el Perú, ofrecemos **soluciones sostenibles, prácticas y accesibles.** Contamos con más de 15 años liderando el mercado de tecnologías electrificadas, principalmente mediante híbridos eléctricos y vehículos a gas natural. Esto nos ha permitido reducir de forma continua el promedio de emisiones de CO_2 por vehículo, reportado al Ministerio del Ambiente a través de la plataforma Huella de Carbono Perú.

Ratificamos nuestro compromiso con la neutralidad de carbono.
Conoce más sobre nuestra estrategia escaneando el QR.

Escanea aquí:

HUELLA DE CARBONO PERÚ
REDUCCIÓN

Imágenes referenciales. Equipamiento disponible según versión. Más información en www.toyotaperu.com.pe