

Stakeholders

stakeholders.com.pe

N°186 - Febrero 2026

INFORME

Más allá del acceso

ENTREVISTA

Educación financiera
para un bienestar real

ARTÍCULO

El diseño detrás
de la inclusión



EDICIÓN

INCLUSIÓN
FINANCIERA

ESPECIAL

TURISMO
SOSTENIBLE

Manuel Chacaltana

Gerente Central de Finanzas y
Control de Gestión de Caja Arequipa

“Buscamos ser un aliado estratégico
de los emprendedores y un actor
fundamental en el desarrollo del país”

Hoteles

Costa del Sol Wyndham

rumbo a la sostenibilidad

Wyndham Green es el programa global de sostenibilidad de Wyndham Hotels & Resorts diseñado para ayudar a sus hoteles a reducir su impacto ambiental, operar de forma más eficiente y **promover prácticas eco-amigables** entre huéspedes y empleados.

Inician con nivel 1 y todos los hoteles Costa del Sol cuentan con esta certificación, teniendo a las sedes de Chiclayo, Cajamarca y Trujillo Golf en el nivel 2 y Arequipa con el nivel 3.

Además, contamos con la certificación ISO 14001:2015.



GRUPO STAKEHOLDERS INICIA SU EXPANSIÓN A CHILE Y REFUERZA SU APUESTA POR EL PERIODISMO CON PROPÓSITO EN LA REGIÓN

Con más de dos décadas de trayectoria en el Perú, el Grupo Stakeholders da un nuevo paso en su proceso de internacionalización con el lanzamiento de *Stakeholders Chile*, una plataforma que busca visibilizar buenas prácticas empresariales y fortalecer el debate sobre sostenibilidad, gobierno corporativo y criterios ESG en uno de los mercados más relevantes de América Latina.



Moniré Arce

Directora Ejecutiva de *Stakeholders Chile*

El Grupo Stakeholders, medio especializado en sostenibilidad y responsabilidad corporativa en el Perú, anunció el inicio de sus operaciones en Chile, un paso clave en su proceso de expansión regional. Esta nueva etapa se concreta con el lanzamiento de *Stakeholders Chile*, una plataforma orientada a promover el desarrollo sostenible mediante información rigurosa y análisis especializado.

Stakeholders Chile nace con el respaldo de una experiencia consolidada de más de 20 años en el Perú, donde la revista *Stakeholders* y sus plataformas asociadas han logrado posicionarse como un espacio de referencia para el análisis de la sostenibilidad desde un enfoque empresarial y social. Esa trayectoria constituye uno de los principales activos que el Grupo proyecta trasladar al mercado chileno, adaptándose a su contexto y particularidades.

La llegada a Chile no es casual. El país ha ganado un lugar relevante en la agenda regional por sus avances y desafíos en materia de criterios ESG, transparencia, gobierno corporativo y sostenibilidad empresarial. En ese escenario, *Stakeholders Chile* busca posicionarse como un medio especializado que articule a empresas, sector público, academia y sociedad civil, desde una mirada periodística comprometida con el interés público.

“La sostenibilidad es un desafío global y regional. Chile representa un escenario natural para seguir construyendo periodismo especializado que aporte valor, fomente la transparencia y promueva buenas prácticas”, afirmó Javier Arce, director del Grupo Stakeholders. Además, explicó que esta expansión responde a una visión estratégica de largo plazo.

En esa misma línea, subrayó que el objetivo no es replicar un modelo, sino co-crear una propuesta editorial sólida y contextualizada. “Queremos ser un actor que escuche, investigue y dialogue con el ecosistema chileno, manteniendo los estándares periodísticos que nos caracterizan”, enfatizó.

Al frente de este nuevo proyecto se encuentra Moniré Arce, quien asume la Dirección Ejecutiva de *Stakeholders Chile*. Para la ejecutiva, el desafío va más allá de una expansión geográfica.

“Asumo con mucha convicción y entusiasmo el desafío de liderar la llegada de *Stakeholders* a Chile. Es un reto profesional que encaro con responsabilidad y compromiso, convencida de que la comunicación con propósito puede generar impacto real”, sostuvo.

Con esta expansión, el Grupo Stakeholders reafirma su compromiso con el periodismo responsable y su convicción de que informar con rigor y propósito es una herramienta clave para impulsar cambios reales en la región.

Incluir para transformar

La inclusión financiera debe asumirse como un eje transversal para el desarrollo de todos los peruanos. No se trata únicamente de ampliar el acceso a cuentas o servicios, sino de consolidar una herramienta efectiva para enfrentar la informalidad, reducir la pobreza y cerrar brechas sociales históricas. Hablar de inclusión financiera es, en esencia, hablar de desarrollo sostenible.

Sin embargo, no puede existir verdadera inclusión sin educación financiera. De poco sirve abrir puertas si no se brindan las capacidades para cruzarlas con autonomía y responsabilidad. Esta es una tarea compartida. Las entidades financieras tienen un enorme potencial para impulsar iniciativas formativas; la SBS cumple un rol esencial en la regulación y promoción; pero el desafío exige un esfuerzo articulado y permanente.

Los avances en acceso deben traducirse en uso frecuente, responsable y beneficioso para los ciudadanos. La inclusión debe ser genuina y medible en bienestar. En esta edición de *Stakeholders*, reunimos a especialistas que coinciden en esa urgencia.

En un año electoral, sobre todo, quienes aspiren a conducir el país deben reconocer en la inclusión financiera un motor estratégico de desarrollo, desde una mirada integral.

Saludamos y agradecemos a nuestros colaboradores y empresas que comparten sus esfuerzos en sostenibilidad. Con entusiasmo, anunciamos también nuestro cruce de fronteras con *Stakeholders* Chile. La sostenibilidad es un camino sin fin, y queremos recorrerlo junto al Perú y al mundo.

Equipo

Director Ejecutivo
Javier Fernando Arce Novoa

Gerente General
Grupo Stakeholders
Natalia Arce Najjar

Gerente de Publicidad
Veronica Atauyucu

Jefe de Redacción
Renzo Rojas

Editora web
Denisse Torrico

Redacción
Bryam Esquen

Marketing
Rafael Pizarro

Diseño y diagramación
Elizabeth Arenas

Av. Paseo de la República n°. 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 n°. 2008–07250

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



5

EXPERTOS SH

JORGE MELO VEGA
Presidente de Responde

La eficacia también es una forma de justicia social

10

INCLUSIÓN
FINANCIERA

INFORME

**Más allá de la cuenta abierta:
cuando acceder no garantiza
inclusión**

26

ENTREVISTA
CENTRAL

MANUEL CHACALTANA CORTEZ
Gerente central de Finanzas y Control de Gestión de
Caja Arequipa

**“Buscamos ser un aliado estratégico
de los emprendedores y un actor
fundamental en el desarrollo del país”**

50

EMPRESA

EDGARDO ORDERIQUE LUPERDI
Gerente general Compañía Minera Crespo

**Crespo: minería responsable a gran
altura, que crea valor hoy pensando
en el mañana**



BERNARDO KLIKSBERG

Asesor de diversos organismos internacionales.
Autor de 69 obras traducidas a múltiples idiomas

Nuevas miradas

Informes recientes hacen balance de algunas de las principales tendencias que caracterizaron el año 2025 e identifican agendas claves a enfrentar hacia adelante. Se referirán dos de ellos, producto de instituciones internacionales muy acreditadas.

Revisando aspectos de la economía mundial

La Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) fue creada en 1964. Está integrada actualmente por 195 países. Tiene su sede en Ginebra, Suiza. Termina de producir su informe anual. Resalta entre otros los siguientes puntos:

- I. Se habían fijado una serie de metas para el 2030. Destaca que a cinco años “el mundo va por mal camino – especialmente para quienes más lo necesitan”.
- II. El problema de la deuda externa de los países en desarrollo se agudiza. En el 2024 alcanzó los 11.7 billones de dólares. Las naciones menos adelantadas (PMA) son las que tuvieron el mayor aumento en los servicios de la deuda. Ello reduce severamente su espacio para asignar recursos a temas sociales críticos.
- III. Al mismo tiempo la ayuda oficial para el desarrollo cayó drásticamente en un 7.1%. Es su primera disminución en 5 años.
- IV. Hay un ascenso de la concentración del comercio. Las economías en desarrollo representaron solo el 30 % de las exportaciones de servicios. Si se excluyen los 5 principales exportadores, su participación baja a una cifra mucho menor, el 13 %.
- V. La cuota de los PMA que era en el 2019 del 0.7 %, bajó al 0.5 %.
- VI. La brecha digital sigue ampliándose. En los PMA, el gasto en internet móvil era solo 5 % del ingreso nacional bruto per cápita.
- VII. Enfatiza el informe “los minerales críticos están en auge, pero los beneficios no se reparten de manera equitativa”.
- VIII. En el 2023, se exportaron minerales cuya demanda crece aceleradamente, como el litio, el cobalto y el cobre, por un valor de 773 000 millones de dólares. Solo una mínima parte de los ingresos que generaron fue a los PMA.
- IX. Los flujos financieros ilícitos, como la corrupción, el crimen organizado, y la evasión fiscal, continúan minando

los ingresos públicos y la capacidad de los países de invertir en infraestructura, salud y educación., entre otros rubros.

- X. La inversión extranjera directa en los países en desarrollo bajó un 11 % en el 2024.

La economía latinoamericana

La CEPAL publicó (diciembre 2025) su balance preliminar de las economías de la región. Algunos señalamientos que realiza:

- I. Hay en general lo que se denomina una trampa de baja capacidad para crecer.
- II. Crecerá un 2.3 % en el 2026, menos que el 2.4 % del 2025. Hace cuatro años que está estacionada en un 2.3 %, cuando la economía mundial aumentó más de 3 %.
- III. Resalta que “este desempeño se da en un entorno mundial incierto y con limitaciones internas que restringen un mayor crecimiento de la inversión, la productividad y la capacidad de generar empleo formal”.
- IV. La inflación continúa bajando, pero el consumo privado está disminuyendo. La inversión se mantiene contenida.
- V. Las discriminaciones de género en el mercado laboral se mantienen.
- VI. El análisis de las cuentas externas muestra que persisten déficits moderados, y hay acentuadas vulnerabilidades por la dependencia de exportaciones de carácter primario y los pagos de intereses en aumento.
- VII. Salir de la “trampa de baja capacidad para crecer” exigirá:
 - Políticas más coordinadas y una sólida institucionalidad para poder darles continuidad.
 - Sostenibilidad fiscal.
 - Mayor inversión.
 - Escalar políticas de desarrollo productivo para estimular la innovación y crear empleos de calidad.

Se pone a foco que “solo mediante este enfoque integral la región podrá fortalecer su resiliencia y avanzar hacia un desarrollo más productivo, inclusivo y sostenible”.

Anotación

Los informes comentados envían el mensaje de que urge aplicar metodologías que superen a las tradicionales como mejor información, desagregación continua de datos, enfoques integrales, y en general transparentar claramente la magnitud de los problemas existentes.



JORGE MELO VEGA
Presidente de Responde

La eficacia también es una forma de justicia social

En nuestro país las brechas sociales persisten no solo por falta de recursos sino por deficiencias estructurales del Estado. Consideramos que cada vez es más difícil sostener que la gestión pública directa es la mejor vía para atender los problemas más sensibles. El debate público suele concentrarse en quién debe ejecutar las políticas sociales, cuando la pregunta central debería ser otra: quién logra resultados reales y sostenibles.

Sin embargo, seguimos atrapados en una lógica en la que el Estado, en el caso de la educación, intenta hacerlo todo: educar, formar, capacitar, insertar laboralmente, aun cuando su capacidad de ejecución, medición de impacto y adaptación es claramente limitada. El resultado es conocido: programas costosos, fragmentados y con efectos modestos o difíciles de verificar. En los programas de alimentación el resultado es de horror.

Educación técnica y empleo

Este desajuste se expresa con particular crudeza en la transición de los jóvenes del sistema educativo al mercado laboral. Cada año, cerca de medio millón de jóvenes egresa del colegio, pero solo una fracción logra incorporarse a educación superior pertinente o a empleo formal. El resto queda atrapado en la informalidad, en ocupaciones precarias o en el creciente contingente de jóvenes que no estudian ni trabajan: los NINIS. No se trata solo de un problema educativo, sino de un fallo estructural de política pública, donde la oferta formativa no dialoga con la demanda real de habilidades del aparato productivo.

Aquí es donde conviene invertir el orden de la discusión, dejar de poner la carreta delante de los caballos. Antes de debatir modelos ideológicos o arquitecturas institucionales, deberíamos preguntarnos qué esquemas funcionan mejor en nuestra realidad del 2026, en términos de impacto. Tercerizar la ejecución de programas sociales no equivale a privatizar derechos; equivale a gestionar por resultados. El rol del Estado no desaparece: se redefine. Le corresponde fijar prioridades, asignar recursos, establecer metas claras, supervisar impactos y garantizar transparencia. La ejecución, especialmente en

ámbitos complejos como la formación para el empleo o la inserción laboral, puede recaer en actores que han demostrado saber hacerlo mejor.

Existe un universo de agencias de cooperación internacional que rara vez ocupa el centro de este debate. Son organizaciones y fundaciones empresariales con trayectoria comprobada, estándares de gobernanza exigentes y experiencia en la gestión de fondos superiores a los cien millones de dólares. Ejecutan programas sociales en contextos incluso más desafiantes que el peruano y operan bajo una lógica distinta: cuidan la eficiencia porque su reputación global está en juego, miden impactos porque su financiamiento depende de resultados verificables y ajustan sus intervenciones porque entienden que el aprendizaje continuo es parte del éxito. No trabajan desde la retórica ni desde la ideología, sino desde la evidencia.

Persistir en un Estado que intenta hacerlo todo, aun cuando lo hace mal, no es una posición progresista ni ética. Por el contrario, es menos responsable insistir en la ejecución directa ineficiente que delegar bien aquello que otros pueden hacer mejor. Cada sol mal ejecutado es una oportunidad perdida para quienes más lo necesitan. En sociedades con alta informalidad, baja productividad y profunda desconfianza institucional, la eficacia no es un lujo tecnocrático, es una forma concreta de justicia social.

El mejor ejemplo se observa en los programas impulsados por organizaciones de la sociedad civil y fundaciones empresariales que conectan formación y empleo, con énfasis en la educación técnica. Mientras el Estado continúa promoviendo una aspiración universitaria masiva, muchas veces desconectada del mercado laboral, estas organizaciones trabajan directamente con empresas, identifican demanda real de competencias, diseñan mallas formativas pertinentes y acompañan la inserción laboral. No solo capacitan: colocan, miden y corrigen. En un país que necesita técnicos calificados más que discursos grandilocuentes, estas experiencias no deberían ser marginales. Deberían marcar el camino.

Las tres fuerzas que moldean el nuevo tablero competitivo en 2026

7 En un panorama global marcado por la volatilidad geopolítica, la innovación tecnológica, la presión regulatoria y los riesgos climáticos, la sostenibilidad emerge como el motor estratégico decisivo para la resiliencia y el crecimiento. En el Perú, este imperativo se encuentra con una realidad única y urgente, ya que somos el tercer país más vulnerable al cambio climático, custodiamos el 10 % de la biodiversidad mundial y nuestra economía depende de *commodities* bajo un escrutinio ESG cada vez más severo. Para los líderes empresariales esto se traduce en una ecuación simple pero demandante, la gestión de los intangibles tales como la confianza, reputación o licencia social; define ahora el valor tangible del negocio.

La sostenibilidad ha dejado de ser un departamento para convertirse en el tema transversal que redefine la estrategia de compras, innovación, la relación con las comunidades y el diálogo con los inversores. Las empresas que integren este paradigma en su núcleo operativo no solo responderán a las expectativas de sus *stakeholders*, sino que capturarán ventajas competitivas en mercados cada vez más exigentes.

1. El capital natural ingresa al balance

La tendencia más significativa es el paso de inventariar impactos a valorar económicamente las dependencias y los impactos sobre el capital natural. Marcos globales como el del Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) han llegado para quedarse, y los grandes fondos de inversión globales ya los están exigiendo a sus carteras.

El Banco Central de Reserva del Perú ha cuantificado que el 58 % de



Por Susana Tejada
Directora de Sostenibilidad & Desarrollo en
EQUITY Risk & Sustainability

las exportaciones nacionales principalmente agropecuarias, pesqueras y mineras, tienen una dependencia alta o muy alta de los servicios ecosistémicos (agua, polinización, suelo, clima). Esta exposición, hasta ahora un riesgo latente no contabilizado, se está materializando.

En 2026, veremos a las empresas pioneras publicar sus primeras evaluaciones integrales LEAP (Locate, Evaluate, Assess, Prepare), según el TNFD. Estos documentos no son un reporte de sostenibilidad más; son un análisis de resiliencia del modelo de negocio. Una agroexportadora que logre cuantificar y mitigar su riesgo hídrico a través de la restauración de cuencas no solo asegurará su operación, sino que obtendrá mejores condiciones de financiamiento.

2. Perú carbono neutral al 2050 y el Alcance 3 de huella de carbono

El compromiso de carbono neutralidad a 2050 es ley (Ley N°30754). La novedad operativa para 2026 es el enfoque en las emisiones de Alcance 3, aquellas indirectas de la cadena de valor, que pueden representar más del 80 % de la huella total de una empresa de consumo o una empresa de servicio. Esto convierte la descarbonización en *must have* de toda organización.

La presión ya no viene solo del regulador, sino de los clientes corporativos globales y de los inversores institucionales. Por ejemplo, un banco, para gestionar su propio Alcance 3 financiero, deberá tener criterios de descarbonización claves para otorgar créditos; un retailer grande será responsable de la huella de carbono de sus miles de proveedores PYME. La plataforma Huella de Carbono Perú está desarrollando herramientas sectoriales para estandarizar esta medición, que pasará de ser un diferencial a un requisito para ingresar a ciertas cadenas de suministro. Paralelamente, la maduración de la oferta de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y la producción de hidrógeno verde en el sur del país permitirán que los Acuerdos de Compra de Energía (PPA) a largo plazo sean una herramienta común, no excepcional, para abastecer a operaciones industriales y mineras con energía limpia y a precio estable.

3. De los estados financieros a los estados de sostenibilidad

Desde 2022, los reportes de sostenibilidad inicialmente impulsados

por metodologías como las del Global Reporting Initiative (GRI) dejaron de ser un ejercicio voluntario de comunicación para convertirse en un componente estratégico de la gestión empresarial global. Hoy se integran a estos marcos, normativas más exigentes, como las European Sustainability Reporting Standards (ESRS) y las Normas Internacionales de Información Financiera sobre Sostenibilidad y Clima (NIIF S1 y S2), que obligan a las compañías a demostrar cómo los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) afectan directamente su desempeño económico. Aunque estas regulaciones tienen origen en Europa, su alcance se extiende a toda la cadena de suministro mundial, impactando a empresas de distintos países que participan en mercados internacionales.

La nueva normativa Ómnibus, que actualiza la Directi-

“LAS EMPRESAS PERUANAS CON VÍNCULOS COMERCIALES CON LA UE DEBERÁN REPORTAR SU DESEMPEÑO ESG DE MANERA VERIFICABLE”.

va sobre los estándares ESRS, establece que a partir de 2028 las grandes corporaciones europeas deberán exigir a toda su cadena de valor información estratégica sobre desempeño ambiental y social. En la práctica, esto implica que proveedores y socios comerciales fuera de Europa también deberán cumplir con criterios de sostenibilidad. Para Perú, cuya economía depende en gran medida de las exportaciones hacia la Unión Europea, especialmente en minería, agricultura y pesca, la adopción de estos estándares es crucial para mantener acceso competitivo a mercados clave. Productos como café, cacao, madera, minerales y pesqueros estarán directamente expuestos a regulaciones como el Reglamento de Deforestación de la UE y otras exigencias de trazabilidad, que

podrían convertirse en barreras comerciales si no se cumplen.

En este escenario, las empresas peruanas con vínculos comerciales con la UE deberán reportar su desempeño ESG de manera verificable y alineada con los marcos internacionales. Esto exige implementar sistemas de trazabilidad, evaluaciones de riesgos en la cadena de suministro y reportes integrados que garanticen transparencia y sostenibilidad. Más allá de una obligación regulatoria, este proceso abre una oportunidad estratégica para fortalecer la competitividad del país, posicionar los sectores exportadores como líderes en sostenibilidad y asegurar resiliencia financiera frente a un entorno global cada vez más exigente en materia ambiental y social.



2026: el punto de quiebre de la sostenibilidad empresarial

7 Durante demasiado tiempo, la sostenibilidad vivió en los márgenes del negocio: un reporte anual, una campaña reputacional, un proyecto socioambiental bien intencionado. Pero ese mundo ya no existe. En los últimos dos años, la presión regulatoria, financiera y tecnológica ha comprimido una década de transformación en tiempo récord.

2026 será el punto de quiebre: el momento en que la sostenibilidad deje de ser narrativa y se convierta en evidencia verificable, en estrategia central y en el principal diferenciador entre empresas que lideran y empresas que apenas sobreviven.

Desde AC Sostenibilidad lo vemos con absoluta claridad. Tras más de una década acompañando a organizaciones líderes de energía, infraestructu-



Por Astrid Cornejo
Gerente general de la consultora AC
Sostenibilidad

ra, consumo, minería y servicios en el Perú y América Latina, una conclusión se repite sin excepción:

la competitividad del 2026 tendrá un solo nombre —y una sola disciplina—: la sostenibilidad estratégica.

Hablamos de una sostenibilidad que redefine cómo se toman decisiones, cómo se organiza la gobernanza, cómo funciona la cadena de valor y cómo se genera crecimiento. Una sostenibilidad que no solo cumple, sino que impulsa:

- Nuevos mercados.
- Eficiencia operativa real.
- Mejores márgenes.
- Innovación aplicada.
- Confianza y credibilidad en un entorno que ya no tolera el maquillaje verde.

Por eso, en 2026 la pregunta para un CEO, un CFO o un gerente de sostenibilidad deja de ser técnica y se vuelve estratégica:

1. Del cumplimiento al crecimiento

Hasta hace poco, hablar de sostenibili-



dad era hablar de costo, reputación o riesgo. Esa etapa terminó. La transición climática y la economía regenerativa están creando nuevos mercados: productos net-zero ready, servicios basados en naturaleza, modelos circulares y soluciones digitales que habilitan eficiencias antes impensables.

En 2026, la pregunta dejará de ser cuánto cuesta la sostenibilidad y pasará a ser cuánto deja de ganar quien no invierte en ella.

2. El 'tsunami' regulatorio que reescribe las reglas

La convergencia de marcos globales —IFRS S1/S2, CSRD europea y TNFD— está fijando un nuevo mínimo obligatorio. No se trata solo de reportar: se trata de reportar bien, con profundidad, contexto y trazabilidad.

En este nuevo escenario, no presentar información robusta de sostenibilidad será tan riesgoso como no presentar estados financieros auditados.

3. El fin del greenwashing elegante

La madurez del mercado está dejando poco espacio para adornos. Los inversionistas exigen datos verificables, los reguladores piden coherencia y la opinión pública ya no tolera incoherencias entre discurso y acción.

Con la entrada del estándar ISSA 5000, la sostenibilidad será auditada, asegurada e integrada al sistema de confianza global, poniendo fin al "powerpoint verde".

4. De las emisiones al capital natural

Si 2015–2022 fue la era del CO₂, 2026 será la era del capital natural. Agua, suelos, bosques, biodiversidad y océanos entran al centro de la estrategia empresarial.



"LOS INVERSIONISTAS EXIGEN DATOS VERIFICABLES, LOS REGULADORES PIDEN COHERENCIA".

Empresas que hoy gestionan el carbono deberán aprender a gestionar cuencas, restauración, resiliencia ecológica y riesgos de naturaleza. TNFD marca el paso.

5. IA, datos y sustainable IT: el nuevo core operativo

La transición sostenible será digital o no será. La infraestructura tecnológica corporativa —centros de datos, hardware, algoritmos y plataformas ESG— se convierte en un factor crítico de emisiones, trazabilidad y ventaja competitiva.

En 2026, la IA permitirá planificar escenarios climáticos, anticipar riesgos y automatizar reportes, pero también exigirá gobernanza para evitar que la huella de TI se dispare.

6. Cadena de suministro: la verdadera prueba de credibilidad

Las compañías líderes ya enten-

dieron que la batalla no se gana dentro de la oficina, sino en su ecosistema de proveedores. Las exigencias para reportar emisiones, agua y derechos humanos serán la nueva puerta de entrada a cadenas globales.

Las pymes que no se transformen quedarán fuera. Las grandes que no acompañen a su cadena perderán resiliencia.

7. La ventaja de quienes se adelantan

El gran error de la década sería pensar que esto es solo cumplimiento. En realidad, es competencia estratégica. Mientras unos reaccionarán a crisis, regulaciones y auditorías; otros rediseñarán portafolios, modelos de negocio, cultura y sistemas para capturar nuevas oportunidades. La sostenibilidad dejará de distinguir a quien cumple. Distinguirá a quien lidera.

En 2026, la pregunta ya no será si la sostenibilidad será obligatoria —ese debate está cerrado—, sino quién usará este cambio para construir ventaja competitiva antes de que el mercado lo obligue.

Más allá de la cuenta abierta: cuando acceder no garantiza inclusión

Más del 60 % de la población ya tiene al menos una cuenta en el sistema financiero, pero la brecha entre zonas urbanas y rurales supera los 20 puntos porcentuales y solo el 59.7 % de hogares accede a internet. El avance es sostenido, aunque aún con retos importantes para una inclusión plena y equitativa.

POR RENZO ROJAS

rrojas@stakeholders.com.pe

El Perú ha experimentado un crecimiento sostenido en inclusión financiera durante los últimos años. Diversos indicadores confirman una expansión progresiva del acceso al sistema formal, impulsada por la digitalización, la mayor cobertura de servicios y el fortalecimiento de estrategias públicas y privadas. Sin embargo, el avance cuantitativo no elimina los desafíos estructurales que aún limitan una verdadera inclusión con impacto en el bienestar.

El Índice de Inclusión Financiera de Credicorp evidencia que entre 2021 y 2025 el progreso ha sido constante. En la misma línea, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) resalta mejoras en la dimensión de acceso, particularmente en la apertura de cuentas y en la expansión de canales digitales. Estos avances configuran un escenario más favorable que el observado hace apenas una década.

Carolina Trivelli, investigadora principal del IEP, contextualiza el cambio. Recuerda que hace aproximadamente 15 años solo cerca del 20 % de la población tenía al menos una cuenta en el sistema financiero. Hoy, según cifras del INEI, ese porcentaje supera el 60 %, lo que representa un salto significativo en términos de cobertura.

“En la actualidad, el desarrollo de productos digitales, la masificación del teléfono móvil y el fortalecimiento de habilidades digitales y fi-



Carolina Trivelli

Investigadora principal del Instituto de Estudios Peruanos (IEP)

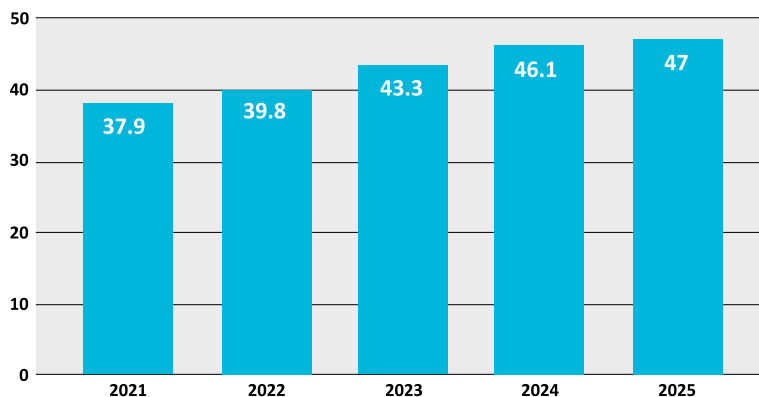
nancieras han ampliado de manera importante el acceso”, señala Trivelli, destacando que la tecnología ha

desempeñado un rol determinante en esta expansión.

No obstante, el crecimiento no ha sido homogéneo. Las brechas territoriales continúan marcando diferencias profundas. Entre zonas urbanas y rurales persiste una distancia superior a los 20 puntos porcentuales en la tenencia de al menos una cuenta. Esta desigualdad revela que el acceso formal aún no alcanza de manera equitativa a toda la población.

Trivelli sostiene que el desafío debe plantearse en términos de universalidad. El objetivo no debería limitarse a superar el 60 %, sino acercarse a un 90 % o más, reduciendo disparidades

Índice de Inclusión Financiera de Credicorp (2021 - 2025)



El índice mide tres dimensiones (acceso, uso y calidad percibida) en base a una serie de indicadores que otorga un puntaje final, donde 100 es el máximo puntaje e indica una mayor inclusión financiera.

Fuente: Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2025
Elaboración propia

no solo geográficas, sino también vinculadas al nivel educativo, el género y la condición socioeconómica.

Jorge Luis Ojeda, docente de la Facultad de Negocios EPE de la UPC, coincide en que la inclusión financiera en el Perú continúa condicionada por brechas superpuestas. “La dimensión territorial sigue siendo determinante, porque la oferta formal no llega con la misma intensidad a zonas rurales y periurbanas, donde el acceso resulta más costoso y menos confiable”, explica.

Paola Masías Barreda, presidenta del Consejo Directivo de ASOMIF, añade que la infraestructura sigue siendo un factor crítico. En muchas localidades aún hay escasez de oficinas, cajeros y puntos de atención, lo que obliga a los usuarios a recorrer largas distancias para realizar operaciones básicas.

“Si bien las billeteras digitales han avanzado de forma significativa, la cobertura de internet y telecomunicaciones continúa siendo insuficiente en zonas remotas. Esta limitación restringe el uso efectivo de servicios financieros digitales y se agrava por el menor acceso a dispositivos adecuados y la baja penetración de smartphones en determinados segmentos”, precisa. Las cifras oficiales respaldan este diagnóstico. El último informe del INEI sobre tecnologías de la información y comunicación señala que, aunque la telefonía móvil alcanza una cobertura del 94.8 %, el acceso a internet en los hogares llega solo al 59.7 %. Esta brecha evidencia que disponer de un celular no garantiza conectividad estable para operar con servicios digitales.

Johanna Yancari, investigadora principal del IEP, enfatiza que el



Jorge Luis Ojeda

Docente de la Facultad de Negocios
EPE de la Universidad Peruana de
Ciencias Aplicadas (UPC)



Paola Masías Barreda

Presidenta del Consejo Directivo de la
Asociación de Instituciones de Microfinanzas
del Perú (ASOMIF)

país aún enfrenta un rezago en infraestructura física. “Si nos comparamos con países como Chile, que cuentan con conectividad incluso en zonas extremas como la Patagonia o la Isla de Pascua, observamos que en el Perú todavía existe un déficit importante”, afirma.

34.9 %

**ES EL PORCENTAJE DE
PERSONAS CON ALGÚN
CRÉDITO A JUNIO DE 2025
(8.6 MILLONES). EN 5 AÑOS
EL AUMENTO HA SIDO DE
SOLO CASI 4 %.**

Más allá del acceso: uso y capacidades

Superar la brecha de acceso es una condición necesaria, pero no suficiente. La inclusión financiera no puede medirse únicamente por la cantidad de cuentas abiertas. La dimensión de uso —es decir, la capacidad de las personas para emplear productos y servicios de manera informada y beneficiosa— resulta igualmente decisiva.

Trivelli sugiere que la meta no debe reducirse a bancarizar. “Debemos avanzar hacia un escenario en el que las personas puedan elegir adecuadamente entre los servicios financieros disponibles. No se trata solo de abrir cuentas, sino de garantizar que estas respondan a necesidades reales y generen bienestar”, subraya.

Ojeda identifica la brecha educativa como el punto más crítico en la actualidad. Muchas personas poseen una cuenta, pero no comprenden plenamente tasas de interés, comisiones, riesgos o implicancias de asumir un crédito. “La brecha digital ya no es solo un problema de conectividad, sino de capacidad para usar los canales digitales de forma segura y frecuente”, agrega. En ese contexto, la alfabetización digital adquiere un carácter estratégico. Sin conocimientos suficientes, el acceso puede convertirse en un riesgo. La falta de información adecuada puede derivar en decisiones financieras ineficientes o en la contratación de productos que no se ajustan a las necesidades reales del usuario.

Masías hace hincapié en que estas limitaciones generan también impactos institucionales. “Atender a clientes rurales implica mayores costos operativos debido a distancias geográficas, menores volúmenes de transacción y mayores gastos logísticos. Esto encarece la

provisión de servicios y reduce incentivos para ampliar cobertura”, sostiene.

En este panorama, la expansión de billeteras digitales ha dinamizado el ecosistema financiero, pero también ha expuesto a los usuarios a nuevos riesgos. “No basta con saber utilizar Yape. También es necesario identificar operaciones fraudulentas, conocer los canales de reclamo y saber cómo actuar ante una irregularidad. Muchas personas aún sienten inseguridad porque no saben cómo protegerse”, señala Yancari.

Las estadísticas evidencian esta vulnerabilidad. Solo en el primer trimestre de 2025 se registraron más de 6000 denuncias por estafas informáticas vinculadas a transacciones mediante billeteras digitales, según informó en su momento la Policía Nacional a RPP. Durante 2024, los delitos informáticos superaron las 40 000 denuncias, lo que confirma la magnitud del desafío.

A esta problemática se suma la brecha de género. Ojeda recuerda que las mujeres enfrentan mayores barreras para acceder al crédito formal, debido a ingresos más inestables, interrupciones laborales y una carga desproporcionada de responsabilidades de cuidado. Estas condiciones afectan su autonomía económica.

“Para alcanzar una inclusión financiera sostenible, el país debe transitar del objetivo de acceso hacia el de bienestar financiero. Es decir, no basta con ingresar al sistema; se requiere que ese ingreso contribuya efectivamente a mejorar la calidad de vida”, puntualiza el docente.

Educación financiera como eje transversal

Los especialistas coinciden en que promover acceso sin educa-



Johanna Yancari

Investigadora principal del Instituto de Estudios Peruanos (IEP)

ción puede resultar contraproducente. Ojeda advierte que el riesgo aparece cuando se impulsa la inclusión sin fortalecer capacidades. En ese escenario, el crédito puede traducirse en sobreendeudamiento, contratación de productos inadecuados o mayor exposición a fraudes.

“La educación sin inclusión tiene un alcance limitado, pero la inclusión sin educación puede generar efectos adversos. La sostenibilidad se logra cuando ambas dimensiones avanzan juntas: acceso con protección y uso con conocimiento”, afirma.

Trivelli sostiene que esta responsabilidad recae en todos los actores del sistema financiero. Destaca iniciativas desarrolladas por la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) y por diversas entidades financieras, incluidas cajas municipales como Caja Arequipa, que han implementado plataformas orientadas a fortalecer capacidades.

“No obstante, la educación financiera no puede reducirse a brindar información aislada. Debe ser un esfuerzo constante y estructurado que apunte al desarrollo de capacidades reales en las personas”, enfatiza.

Desde el ámbito público, Yancari recuerda que la Ley N.º 31900 declara de interés nacional la incorporación de la educación financiera en el Currículo Nacional de Educación Básica. Sin embargo, menciona que la implementación efectiva aún enfrenta obstáculos.

“Es necesario avanzar en la capacitación docente y asegurar que el enfoque transversal se aplique de manera consistente. Solo así la educación financiera podrá consolidarse como política pública sostenible”, sostiene.

Productos financieros adaptados

La inclusión financiera en el Perú no puede desligarse del contexto de informalidad laboral, que alcanza el 70.6 %, según el INEI. Además, la tasa más alta de empleo informal se registra entre jóvenes de 14 a 24 años, con 85.2 %. Este escenario obliga a replantear el diseño de productos financieros.

“La informalidad no implica ausencia de ingresos, sino flujos variables y poco documentados, vulnerables a choques externos. Por ello, los productos deben rediseñarse pensando en clientes con ingresos irregulares, no únicamente en perfiles con salario fijo y planilla”, explica Ojeda.

El especialista propone flexibilizar condiciones mediante cuotas ajustables, pagos escalonados y períodos de gracia alineados con la estacionalidad de los ingresos. Asimismo, sugiere incorporar información alternativa en la evaluación crediticia, como el comportamiento transaccional.

También considera indispensable simplificar tarifas y contratos. “Productos con comisiones complejas generan desconfianza y abandono. Además, es clave integrar meca-

nismos de protección dentro del propio producto, como alertas tempranas y límites responsables, porque la población informal es más vulnerable al fraude y al sobreendeudamiento”, señala.

Un ejemplo de un producto financiero con un diseño centrado en el cliente proviene desde el sector microfinanciero. Masías destaca el proyecto WaterCredit, desarrollado en alianza con Water.org. Esta iniciativa ofrece créditos especializados para obras de agua segura y saneamiento, adaptados a las realidades locales y perfiles de riesgo de cada zona.

“Este tiene como objetivo ofrecer créditos especializados a través de las asociadas participantes, con destino a obras de agua segura y saneamiento (conexión de agua potable, instalación o mejora de baños, tanques de almacenamiento, drenaje, etc.), cada microfinanciera diseña productos financieros de acuerdo con las realidades locales donde operan, bajo su perfil de riesgos”, indica.

A diciembre de 2025, prosigue, se ha logrado un impacto concreto de 596 000 beneficiarios, con más de 149 000 créditos desembolsados, colocaciones por S/ 697 millones, en créditos promedio de S/ 4600, resultando que el 48 % de estos créditos fueron otorgados a mujeres, 22 % en zonas rurales y 40 % en no bancarizados.

Por otra parte, Yancari señala que la inclusión financiera puede generar un efecto positivo en la formalización dentro de las cadenas productivas. Pequeños proveedores que buscan financiamiento se ven incentivados a organizar su información financiera, lo que fortalece la transparencia y mejora su acceso a oportunidades.

Marco regulatorio

Para Paola Masías Barreda, el marco regulatorio y de supervisión en Perú ha sido un habilitador clave en el desarrollo de las microfinanzas, ya que permite que diversos tipos de entidades (licencias) operen en el sistema y realiza una supervisión proporcional basada en el riesgo de cada institución. Además, el marco prudencial de la supervisión ha contribuido a niveles adecuados de solvencia y rentabilidad en las instituciones microfinancieras, lo cual genera confianza sobre todo en los ahorristas del sector.

“Pero para maximizar su impacto en inclusión financiera se debería promover el reajustar normas que tienen efectos adversos como es la Ley N° 32294, que obliga a justificar negaciones de crédito, o la Ley N° 31143, que regula tope a las tasas de interés, que solo gestiona sobre costos y excluye a cierto sector de la población”, detalla.



No obstante, advierte que aún falta profundizar en la experiencia de usuario en plataformas digitales. “Si la información financiera resulta difícil de encontrar o comprender en una interfaz, la confianza disminuye y se debilita la relación con el cliente”, argumenta.

La inclusión financiera en el Perú ha avanzado de manera sostenida, pero su consolidación exige una mirada integral. Reducir brechas territoriales y de género, fortalecer la educación financiera, mejorar la infraestructura digital y diseñar productos acordes con una economía mayoritariamente informal son tareas impostergables.

Como subraya Carolina Trivelli, la inclusión financiera no constituye un fin en sí mismo, sino un medio para ampliar oportunidades, reducir vulnerabilidades y fortalecer la seguridad económica de las personas. “No es posible pensar en desarrollo económico si los servicios financieros que utilizan los grupos más vulnerables no mejoran en calidad y pertinencia”, concluye.

Solo cuando acceso, uso informado y bienestar financiero avancen de manera articulada, la inclusión dejará de ser un indicador estadístico para convertirse en una verdadera palanca de desarrollo sostenible y equidad social en el país.

El acceso empuja la inclusión financiera en el Perú

El informe técnico del INEI del tercer trimestre del 2025 da cuenta del acceso al sistema financiero de la población de 18 años o más en el país.

61.4 % tiene alguna cuenta en el sistema financiero.



65.4 %
en el área urbana.



42.1 %
en el área rural.



EDUCACION



Hay una clara diferencia dentro del total de quienes poseen una cuenta, según el nivel de estudio alcanzado.

86.0 % educación superior universitaria

78.6 % superior no universitaria

54.4 % educación secundaria

37.1 % primaria o un nivel menor

El informe del INEI observa que la principal razón por la que no se accede al sistema financiero son los bajos ingresos.

87.0 % insuficientes ingresos

4.8 % falta de confianza en las entidades financieras

8.2 % otro motivo

De acuerdo al Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2025, entre 2021 y 2025 el país ha progresado sobre todo gracias a la dimensión de acceso.

**DAVID MOLINA**

Director financiero en Atlas Finanzas*

El desafío silencioso que define el futuro de las familias en Latinoamérica

En un contexto de pensiones insuficientes, acceso limitado a la vivienda y decisiones tomadas desde la urgencia, la falta de educación financiera se ha convertido en uno de los principales obstáculos para la estabilidad y el desarrollo personal en la región. Comprar una vivienda, jubilarse con tranquilidad o invertir con criterio se ha convertido en un desafío creciente para millones de familias en Latinoamérica. Detrás de esta realidad no solo hay factores económicos o coyunturales, sino una carencia estructural que condiciona el futuro financiero de toda una región. En los últimos años, las familias han visto cómo objetivos que antes parecían alcanzables hoy se alejan progresivamente. El acceso a la vivienda se ha vuelto cada vez más complejo para una familia promedio, mientras que muchos trabajadores se ven obligados a alargar su vida laboral ante la falta de una pensión suficiente. En demasiados casos, la jubilación deja de ser una etapa de tranquilidad para transformarse en un periodo de dependencia económica, incluso de los propios hijos.

Esta realidad no es casual. En la región, uno de los principales retos sigue siendo la falta de educación financiera. Comprender conceptos básicos de finanzas, desarrollar criterio para tomar decisiones informadas, planificar el futuro y utilizar los recursos disponibles de manera responsable y estratégica son habilidades que siguen estando ausentes en gran parte de la población. Sin esta base, muchas decisiones se toman desde la urgencia, el miedo o la desinformación, limitando la capacidad de avanzar con seguridad.

Las consecuencias de esta carencia son evidentes. Muchas personas viven con una sensación constante de incertidumbre para llegar a fin de mes, postergan decisiones importantes o evitan acercarse a la inversión por temor a equivocarse. Familias jóvenes que desean organizar sus finanzas para comprar una vivienda, ahorrar o empezar a invertir no saben por dónde comenzar. Personas adultas, por su parte, observan su jubilación con creciente preocupación. Según el Índice Global de Pensiones Mercer CFA Institute 2025, el sistema peruano, por ejemplo, se ha visto gravemente afectado por los retiros anticipados: más del 50 % de los trabajadores activos mantiene hoy

saldos cercanos a cero en sus cuentas individuales, eliminando prácticamente cualquier posibilidad de construir patrimonio. Frente a este escenario, la educación financiera debería comenzar desde las instituciones educativas, como parte fundamental de la formación de las personas, y extenderse a lo largo de la vida mediante el acompañamiento de asesores financieros cualificados. No se trata únicamente de conocer productos financieros, sino de contar con orientación profesional que permita transformar la información en decisiones conscientes, alineadas con la realidad y los objetivos de cada individuo. A lo largo de mis 11 años de experiencia como consultor financiero especializado en renta variable, he comprobado que los modelos de educación financiera más efectivos son aquellos basados en la planificación financiera personalizada. Este enfoque permite brindar claridad, identificar el punto de partida de cada persona, definir objetivos concretos —como construir patrimonio o asegurar una jubilación digna— y diseñar estrategias realistas y sostenibles para alcanzarlos.

Hoy, Latinoamérica cuenta con acceso a herramientas financieras globales, recursos tecnológicos que facilitan la inversión y una amplia oferta de instrumentos de ahorro e inversión. Sin embargo, estas oportunidades solo generan impacto real cuando se acompañan de educación, orientación y criterio profesional. El verdadero desafío no es la falta de productos, sino el desconocimiento sobre cómo utilizarlos correctamente para tomar decisiones conscientes y construir un futuro sólido.

Hablar de educación financiera es, en el fondo, hablar de libertad, de dignidad y de futuro. De la posibilidad de que una familia pueda planificar sin miedo, de que una persona llegue a la jubilación con tranquilidad y de que las decisiones económicas de hoy no se conviertan en cargas mañana. Avanzar hacia una cultura financiera más consciente es uno de los grandes desafíos de nuestra región y, al mismo tiempo, una de sus mayores oportunidades.

*Consultor financiero especializado en planificación financiera y renta variable

“La educación financiera significa no solo el acceso, sino comprensión y uso responsable de los servicios financieros”

Aunque el Perú ha avanzado en el acceso a servicios financieros, el reto sigue siendo transformar ese acceso en bienestar real para las personas. Para Luis Fernando Vergara, presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), la clave está en cerrar la brecha de educación financiera, diseñar productos alineados a necesidades reales y fortalecer un enfoque de inclusión sostenible, con cercanía territorial, alianzas estratégicas y digitalización con enfoque humano.

POR RENZO ROJAS

rrojas@stakeholders.com.pe

Se reconoce un progreso de la inclusión financiera en el Perú. Desde la experiencia de la federación, ¿qué diagnóstico hacen respecto al tema?

Como federación podemos observar avances importantes en el acceso; sin embargo, aún hay una brecha importante en educación financiera, especialmente en las zonas rurales y periurbanas. Muchos peruanos cuentan con productos financieros, por ejemplo, según ENAHO del INEI, el 60 % de peruanos de 18 años o más tiene una cuenta en el sistema financiero.

¿Esa mayor presencialidad no necesariamente se traduce en beneficios tangibles para los peruanos?

La presencia del sistema financiero ha crecido de 94 % a 95 % impulsadas por canales digitales, lo que facilita el acceso; pero el uso informado de productos, especialmente de créditos o transacciones digitales, siguen siendo un desafío que requiere de acompañamiento.

Por eso, para nosotros la educación financiera significa no solo el acceso, sino comprensión y uso responsable de los servicios financieros, fortaleciendo hábitos de ahorro, creación de presupuestos y sobre todo prevención de riesgos digitales.



Luis Fernando Vergara
Presidente de la
Federación Peruana
de Cajas Municipales
de Ahorro y Crédito
(FEPCMAC)

Las cajas municipales han sido históricamente un canal clave de inclusión financiera para mype y población no bancarizada. ¿Qué prácticas o modelos considera que han sido más efectivos para lograrlo?

Lo que ha venido funcionando en las Cajas Municipales es una combinación que parece simple, pero es potente: la cercanía, el conocimiento del cliente y

soluciones construidas sobre necesidades reales. La inclusión no solo se logra “colocando productos”, sino entendiendo cómo vive y produce el microempresario, además acompañándolo con soluciones que le generen valor.

¿Han sido importantes las articulaciones con otras entidades también?

Una de las palancas más claras y con-

cretas ha sido la articulación con aliados internacionales. Por ejemplo, con water.org hemos impulsado WaterCredit, producto destinado netamente al acceso al agua y saneamiento, mejorando la calidad de vida de miles de peruanos. Además, con la Alianza Francesa para el Desarrollo hemos puesto en marcha “credimicroreservorio”, producto que permite gestionar sosteniblemente el agua en zonas rurales.

¿Qué otros productos a la medida y sostenibles han podido desarrollar?

Otro claro ejemplo es la evolución hacia productos sostenibles, como biocrédito, que financia actividades agrícolas y económicas incorporando criterios ambientales y de sostenibilidad. Por el lado de vivienda, la articulación de soluciones financieras para ayudar a hogares a acceder a proyectos de vivienda con apoyo técnico y financiero.

Estas experiencias con aliados muestran que cuando la inclusión se orienta a problemas reales, el impacto es mucho más profundo y sostenible.

¿Qué rol viene desempeñando la Federación en la promoción de la educación financiera y cómo se articula este trabajo con las propias cajas, el Estado y otros actores del ecosistema?

En nuestro rol articulador, ayudamos a ordenar los esfuerzos del sistema de Cajas Municipales, a escalar buenas prácticas y a conectarlas con aliados que aportan metodología, asistencia técnica y experiencia internacional. Un ejemplo concreto es “Tu Caja Te Cuenta”, nuestra plataforma de educación financiera gratuita orientada a elevar capacidades en temas clave.

Sin formación en capacidades financieras, el uso de productos puede ser solo un saludo a la bandera...
El enfoque responde a una prio-

ridad país, la política nacional de inclusión financiera reconoce que elevar capacidades financieras es fundamental para profundizar el uso de servicios financieros. Según esta política, no basta con que haya acceso, sino que el uso y la calidad deben incrementarse con educación y protección al usuario.

La FEPCMAC, trabaja coordinadamente con las Cajas Municipales, el Estado y organismos internacionales para que estos esfuerzos de inclusión sean sostenidos.

nalizado. En ese contexto, soluciones como nuestra billetera gremial juegan un rol importante, facilitar pagos cotidianos y transacciones digitales en un entorno seguro, pero su impacto dependerá de que se promueva su uso con educación financiera, medidas de protección al usuario y mucho enfoque a la seguridad digital.

Mirando hacia los próximos años, ¿qué reformas o iniciativas considera clave para consolidar un sistema de cajas municipales más in-



En su opinión, ¿por qué el acceso a servicios financieros no siempre se traduce en una inclusión financiera efectiva?

Porque tener acceso no garantiza el uso, beneficio ni bienestar financiero. Según reporte de la SBS sobre inclusión financiera, el 62 % de los adultos en el país ya cuenta con al menos un producto financiero al primer semestre de 2025, una parte importante de este segmento no utiliza esos productos de manera regular o adecuada.

¿Qué ajustes o acciones son necesarios para cerrar esa brecha?

Cerrar esta brecha exige productos más simples, educación continua y atención o acompañamiento perso-

clusivo, sostenible y alineado con el desarrollo económico local?

Uno de los pilares clave para consolidar un sistema más inclusivo y sostenible es potenciar la digitalización, pero con enfoque humano. Iniciativas tecnológicas como nuestra billetera gremial son pasos importantes, pero deben articularse con estrategias que cierren brechas de uso real. Además, la colaboración con el Estado, el regulador, y la cooperación internacional continuará permitiendo diseñar productos financieros que respondan a necesidades de desarrollo local, desde agua y vivienda hasta resiliencia productiva.

Cuando la inclusión se vuelve estrategia empresarial

De la filantropía al corazón del negocio, las empresas financieras redefinen su rol al integrar la inclusión y la educación financiera en su estrategia, apostando por la confianza, la digitalización y el diseño de soluciones que generen impacto social y crecimiento sostenible.

POR RENZO ROJAS

rrojas@stakeholders.com.pe

Las empresas, especialmente las del sector financiero, tienen una oportunidad y responsabilidad clave en el impulso de la inclusión y educación financiera en el Perú. El desafío no se limita a ofrecer acceso a un producto o servicio, sino a promover su uso frecuente y, sobre todo, a fortalecer o recuperar la confianza en las entidades. Sin confianza y capacidades, el acceso por sí solo resulta insuficiente para generar verdadero desarrollo.

Juan José Román, gerente de proyectos de Aprende, sostiene que existe una amplia posibilidad de generar impacto social y, al mismo tiempo, obtener retorno económico. Para ello, plantea tres líneas de acción. Primero, diseñar productos financieros inclusivos junto con los equipos de negocio. Segundo, innovar en las estrategias de comercialización, utilizando canales alternativos que complementen a los tradicionales.

“Tercero, acompañando este esfuerzo con una estrategia integral de educación financiera que promueva actitudes positivas hacia las finanzas, incremente conocimientos y, finalmente, logre cambiar comportamientos”, explica.

En ese contexto, la inclusión financiera ya no puede entenderse como un acto aislado de responsabilidad social o filantropía desde las empresas. Dentro del ecosistema financiero ha ganado protagonismo en las estrategias de sostenibilidad corporativa, bajo un enfoque



Juan José Román
Gerente de proyectos de Aprende



Catalina Morales
Gerente de Sostenibilidad, Gerencia de Inclusión de Credicorp

de valor compartido que vincula impacto social y resultados empresariales.

Catalina Morales, gerente de Sostenibilidad – Gerencia de Inclusión de Credicorp, señala que desde el holding conciben la inclusión financiera como motor de desarrollo y ruta de crecimiento sostenible para personas, micronegocios y la región.

“De hecho, nuestra Estrategia de Sostenibilidad 2025–2030 se basa en un plan de impacto compuesto por tres pilares: Inclusión, Finanzas para el futuro y Confianza, con Visión País como eje transversal. En el pilar de Inclusión, nos hemos propuesto contribuir a que más personas —especialmente aquellas vulnerables o subatendidas— accedan y usen servicios financieros y también servicios de salud de calidad, para participar plenamente en la economía y en la sociedad”, dice.

Qué no hacer al implementar un programa

Implementar programas de inclusión o educación financiera exige considerar factores críticos para su sostenibilidad. Román advierte que muchas empresas desarrollan iniciativas sólidas en formación de capacidades, pero no las conectan con los retos u oportunidades del propio negocio. Al no demostrar con claridad el retorno de la inversión, estas propuestas suelen enfrentar recortes presupuestales o incluso su eliminación.

“La solución es simple: diseñar involucrando a los equipos de negocios y tener claras las metas en términos del impacto en la salud financiera de los participantes y en los resultados del negocio. Hoy ya no basta reportar solo el alcance”, agrega.

Otro aspecto fundamental es la alfabetización financiera. Según la última encuesta de capacidades financieras aplicada por CAF y SBS, bajo metodo-

logía de la OECD, apenas el 13 % de los adultos peruanos alcanza un nivel alto o adecuado de educación financiera. Esta brecha condiciona cualquier esfuerzo de inclusión.

“Las empresas solemos pasar directamente a educar en cómo funcionan los productos financieros o en cómo adoptar determinados comportamientos saludables y perdemos de vista que, por ejemplo, solo 2 de cada 10 peruanos saben calcular el interés simple. Es necesario primero enseñar a leer y escribir en términos financieros antes de desarrollar nuevos conocimientos”, afirma Román.

El enfoque debe ser integral. En Credicorp, Morales subraya que la inclusión financiera trasciende la bancarización: “Consideramos dimensiones como acceso, uso y calidad percibida, y reconocemos que la educación financiera es un habilitador esencial para que las personas tomen mejores decisiones y construyan una relación más saludable y de confianza con el sistema financiero”.

Román añade que una estrategia genuina va más allá de cursos y charlas. Debe combinar iniciativas que incrementen conocimientos — como talleres o conferencias— con acciones que promuevan actitudes positivas hacia las finanzas, como concursos, podcast o series web. Además, resulta clave impulsar comportamientos saludables mediante segmentación y programas de acompañamiento orientados al cambio conductual.

El componente digital tampoco puede quedar al margen. Román advierte que son pocos los programas que integran formación digital de manera estructurada: “En el mundo ya existen buenas prácticas de entidades financieras que han ido un paso más allá y han creado productos financieros educativos a

“CUANDO DESARROLLAMOS SOLUCIONES SIMPLES, ACCESIBLES Y CONFIABLES PARA SEGMENTOS QUE NO ESTABAN INCLUIDOS EN EL SISTEMA FINANCIERO, GENERAMOS VALOR E IMPACTO A LA SOCIEDAD”.

través de los cuales las personas van aprendiendo a la vez que usan más frecuentemente y con mayor cotidianeidad el producto”.

Desde la experiencia en el desarrollo de iniciativas, Morales señala que uno de los principales aprendizajes ha sido comprender las barreras estructurales que enfrentan distintos segmentos: brechas digitales, limitaciones de información, costos o informalidad. Estas condiciones inciden tanto en el acceso como en el uso efectivo del sistema financiero y obligan a diseñar soluciones ajustadas a la realidad de cada grupo.

“En ese marco, la digitalización se configura como una palanca potente para ampliar el acceso, siempre que esté acompañada de simplicidad, seguridad y educación para no generar nuevas brechas. En paralelo, entendimos que el rol de la confianza es determinante: en contextos donde la desconfianza limita el acceso y el uso del sistema financiero, fortalecer relaciones transparentes y de largo plazo es condición para avanzar”, sostiene.

Beneficios para el negocio y la sociedad

La apuesta por la inclusión financiera también arroja resultados concretos. Entre 2020 y 2025, Credicorp reportó 6.6 millones de personas incluidas financieramente a través de Yape y BCP en Perú. Asimismo,

entre 2022 y 2025, 1.3 millones accedieron a crédito por primera vez mediante Yape, de las cuales el 41 % fueron mujeres.

Estos avances no solo contribuyen a metas de desarrollo sostenible vinculadas a la reducción de la pobreza y al crecimiento económico, sino que fortalecen el núcleo del negocio. Desde una lógica de valor compartido, la inclusión amplía mercados, consolida relaciones de largo plazo y dinamiza ecosistemas digitales.

“Cuando desarrollamos soluciones simples, accesibles y confiables para segmentos que no estaban incluidos en el sistema financiero, generamos valor e impacto a la sociedad (cierre de brechas y resiliencia) y, al mismo tiempo, creamos valor para el negocio (fortalecemos y creamos relaciones de largo plazo y crecimiento de ecosistemas digitales)”, concluye Morales.

Además de los resultados financieros, las empresas pueden fortalecer su reputación y liderazgo. Román destaca que, desde la ciudadanía corporativa, aquellas entidades que priorizan la inclusión y la educación financiera —y que buscan llegar donde otros no llegan— logran diferenciarse, consolidar su posicionamiento y construir capital social.

En un país con profundas brechas de acceso y confianza, la inclusión financiera se perfila como un eje estratégico que articula sostenibilidad, competitividad e impacto social. El desafío no es menor: requiere coherencia entre propósito y negocio, innovación constante y una apuesta decidida por la educación. Pero cuando se integra al corazón de la estrategia empresarial, la inclusión deja de ser un programa complementario y se convierte en una palanca real de desarrollo para el sistema financiero y para el país.

Propuestas de inclusión financiera para los candidatos presidenciales del Perú

La inclusión financiera constituye uno de los pilares fundamentales para el desarrollo económico sostenible y la reducción de la desigualdad en el Perú. A pesar de los avances registrados en las últimas décadas, el país continúa enfrentando profundas brechas en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros, particularmente entre los hogares de menores ingresos, las micro y pequeñas empresas (mypes), las zonas rurales y la población en situación de informalidad. Esta realidad limita la capacidad de los ciudadanos para ahorrar, invertir, gestionar riesgos y mejorar su bienestar económico, perpetuando ciclos de pobreza y exclusión social.

En el contexto de las elecciones presidenciales, resulta imperativo que los candidatos incorporen propuestas claras, viables y articuladas de inclusión financiera dentro de sus planes de gobierno. Estas propuestas deben reconocer que la inclusión financiera no es únicamente un tema bancario, sino un instrumento transversal de política pública que incide directamente en la formalización económica, la productividad, la cohesión social y la reducción de brechas territoriales y sociales.

Diagnóstico estructural: informalidad, brecha social y baja cultura financiera

El Perú presenta niveles de informalidad persistentemente elevados, que superan el 70 % del empleo total. Esta informalidad se traduce en una débil relación entre amplios segmentos de la población y el sistema financiero formal, lo que restringe el



Por Ing. Edmundo Lizarzaburu

PhD, profesor e investigador de la Universidad ESAN

acceso al crédito productivo, al ahorro seguro y a mecanismos de protección financiera. La informalidad no solo es una causa, sino también una consecuencia de la exclusión

“LA INCLUSIÓN FINANCIERA NO DEBE SER TRATADA COMO UNA POLÍTICA AISLADA, SINO COMO UN EJE TRANSVERSAL DEL MODELO DE DESARROLLO DEL PERÚ”.

financiera, generando un círculo vicioso que limita el crecimiento inclusivo. A continuación, se presentan algunas propuestas:

• **Propuesta 1:**

Inclusión financiera como eje de formalización económica

Los candidatos presidenciales deben plantear la inclusión financiera como un instrumento central de la estrategia nacional de formalización. Esto implica diseñar políticas que integren el acceso a servicios financieros con incentivos tributarios, laborales y productivos para la formalización de trabajadores independientes y mypes.

• **Propuesta 2:**

Fortalecimiento de la educación y cultura financiera

La mejora de la cultura financiera debe constituir una política de Estado de largo plazo. Los planes de gobierno deberían incluir la incorporación obligatoria de contenidos de educación financiera en el sistema educativo: escolar, técnico y universitario. Los contenidos deben enfocarse en ahorro, crédito responsable, planificación financiera y uso de medios digitales, adaptados a cada etapa educativa.

• **Propuesta 3:**

Digitalización financiera con enfoque inclusivo

La digitalización representa una oportunidad clave para ampliar la inclusión financiera en territorios y poblaciones tradicionalmente ex-

cluidas. Es necesario expandir la infraestructura digital financiera en zonas rurales y periurbanas mediante alianzas público-privadas. Se debe priorizar la conectividad, la interoperabilidad de pagos digitales y el uso de billeteras electrónicas para reducir costos de transacción.

- **Propuesta 4:**

- Inclusión financiera con enfoque territorial y social**

La inclusión financiera debe adaptarse a las particularidades territoriales y culturales del país.

- **Propuesta 5:**

- Fortalecimiento de cajas municipales y cooperativas**

Reforzar el rol de las cajas municipales, rurales y cooperativas como actores clave de inclusión financiera local, promoviendo su modernización tecnológica, solidez financiera y alcance territorial.

- **Propuesta 6:**

- Crédito productivo inclusivo para mype**

Crear líneas de crédito productivo con tasas preferenciales y garantías parciales del Estado para micro y pequeñas empresas, vinculadas a planes de negocio y acompañamiento técnico, evitando el sobreendeudamiento.

- **Propuesta 7:**

- Inclusión financiera con enfoque de género y juventud**

Desarrollar productos financieros específicos para mujeres y jóvenes, reconociendo sus barreras particulares de acceso al crédito, al empleo y al emprendimiento. Esto contribuirá a reducir brechas estructurales y promover la autonomía económica.

La inclusión financiera no debe ser tratada como una política aislada, sino como un eje transversal del modelo de desarrollo del Perú. Es necesario establecer un sistema nacional de gobernanza de la inclusión financiera con indicadores claros, metas anuales y mecanismos de seguimiento, asegurando la coordinación entre el Estado, el sistema financiero y la sociedad civil.



Moneda digital y Open Finance: ¿oportunidad de liderazgo o riesgo de atraso?

7 El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), como gestor del sistema de pagos, está abordando activamente dos desafíos críticos para la economía: la exclusión financiera y la necesidad de modernizar la infraestructura de pagos.

La estrategia del BCRP se articula a través de dos grandes pilares de innovación con objetivos claros y medibles:

El panorama de la inclusión y la demanda digital

Perú enfrenta una realidad de mercado que requiere una respuesta ágil e innovadora por parte del sector financiero:

- **Población no bancarizada:** cerca del 48 % de la población adulta en Perú aún no tiene una cuenta de depósito. Esto representa una barrera para el crecimiento económico y la formalización.

Iniciativa	¿Qué está haciendo el BCRP?	Objetivo primordial
Moneda Digital de Banco Central (CBDC)	Lanzó el Reglamento de Pilotos de Innovación de Dinero Digital (Circular 0011- 2024-BCRP).	Inclusión financiera: integrar a la población no bancarizada y a zonas rurales, proveyendo un medio de pago soberano digital, seguro y que funcione offline.
Open Finance (OF)	Colabora con la SBS para construir el marco regulatorio que permita el intercambio seguro de datos de clientes (vía APIs).	Eficiencia y competencia: Fomentar la innovación, reducir los costos de servicios financieros y crear un sistema de pagos más eficiente.

¿Qué es la CBDC?

Las siglas CBDC significan Central Bank Digital Currency (Moneda Digital de Banco Central).

Es una forma digital del dinero fiduciario (soles) de un país, emitida y respaldada directamente por el BCRP. Esto la convierte en un pasivo soberano que no genera intereses y que se diferencia de las criptomonedas y stablecoins por su seguridad y respaldo total del Estado.

El modelo peruano es híbrido: el BCRP se encarga de la emisión, pero delega la distribución, la gestión de clientes, el fraude y la atención de reclamos en el sector privado (bancos y fintechs).

- **Brecha rural:** esta exclusión se agudiza en zonas rurales, donde solo el 34 % de las personas utiliza servicios bancarios y, por lo tanto, pagos digitales.
- **Apetito por el pago digital:** a pesar de las barreras de inclusión, el número de pagos digitales per cápita alcanzó los 266 pagos en 2023, lo que demuestra la alta aceptación de las transacciones sin efectivo entre la población bancarizada.

El mercado peruano tiene una necesidad urgente de inclusión y un alto potencial de adopción digital, lo que hace que la intervención del BCRP sea crítica.



Por Ricardo Salas
Gerente de Estrategia de Open Ecosystems y Transformación Digital, arquitecto empresarial.

El liderazgo estratégico del BCRP: la CBDC inclusiva

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) está dando un paso distintivo en la región con su enfoque en el Dinero Digital (CBDC), priorizando la inclusión social sobre la eficiencia de los mercados mayoristas.

A. La apuesta por la inclusión desconectada

La CBDC peruana se diferencia de otros proyectos regionales por su foco explícito en la población no bancarizada.

- **El piloto offline:** el primer piloto busca específicamente validar el uso de soluciones offline, como SMS, para operar billeteras en zonas con limitado o nulo acceso a internet.
- **Modelo de riesgo compartido (híbrido):** el BCRP emite el dinero soberano digital (pasivo directo del Banco Central, generando confianza) y

delegan la distribución, el riesgo de fraude y la atención al cliente en el sector privado (intermediarios y fintechs).

• **Implicancia para stakeholders:** este modelo mitiga el riesgo operativo para el BCRP, pero exige a los distribuidores privados (bancos y fintechs) asumir los costos de implementación, ciberseguridad y la responsabilidad ante daños a usuarios finales.

B. Oportunidad de negocio

La participación en estos pilotos no solo es un acto de responsabilidad social; es una oportunidad estratégica para que los distribuidores:

• **Amplíen su base de clientes:** llegando a ese 48 % de la población excluida.

• **Validen nuevos modelos de negocio:** evaluando la sostenibilidad del caso de negocio de distribución de dinero digital.

El riesgo regulatorio: el retraso en el Open Finance

Mientras Perú lidera con la experimentación de la CBDC, muestra un claro rezago regulatorio en la implementación del Open Banking y Open Finance, lo que podría limitar la competencia y la innovación.

A. El desfase regional

• **México y Brasil (líderes):** estos países ya tienen una regulación de Open Banking obligatoria y vigente, lo que ha forzado la estandarización y ha creado ecosistemas robustos (Brasil ya avanza hacia la fase final del Open Finance).

• **Perú (en construcción):** actualmente, no existe una ley o norma de cumplimiento obligatorio sobre Open Banking. Este vacío legal frena la interoperabilidad.

B. El enfoque cauteloso de la SBS

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) ha optado por un camino progresivo y cauteloso, priorizando la seguridad.

• **Acciones en curso:** la SBS creó el Departamento de Finanzas Abiertas y el Congreso impulsa el Proyecto de Ley N°1584/2021-CR para declarar el Open Banking de interés nacional.

• **Meta 2025:** el regulador está diseñando activamente el marco para la integración de fintechs y la iniciación de pagos, un hito clave previsto para el corto plazo.

• **El desafío de la estandarización:** la principal tarea pendiente es emitir una regulación que obligue a la estandarización de APIs, un paso sin el cual el Open Banking no puede despegar eficazmente.

C. El costo de la inacción (riesgo estratégico)

Si la regulación no se acelera:

• **Menor competencia:** se restringe la entrada de fintechs que, usando APIs, podrían ofrecer créditos y seguros más baratos, limitando la transparencia y la presión sobre los márgenes.

• **Oportunidad perdida:** se pierde la oportunidad de pasar del Open Banking al Open Finance (compartir datos de seguros, pensiones e hipotecas), limitando el potencial de mercado.

• **Riesgo de atraso tecnológico:** las instituciones financieras no tendrán el impulso regulatorio para invertir en la modernización de su infraestructura de datos y APIs.

Recomendaciones para stakeholders

El futuro digital de Perú está determinado por la velocidad regulatoria.

Área de enfoque	Acción recomendada	Impacto económico
CBDC (BCRP)	Participar activamente en pilotos. Las empresas distribuidoras deben ver el piloto como una inversión en penetración de mercado y diseño de soluciones offline seguras.	Acceso a un nuevo mercado: oportunidad de captar al 48 % no bancarizado.
Open Finance (SBS)	Impulsar la estandarización regulatoria. Colaborar con la SBS y el Congreso para la pronta aprobación de la Ley de Open Banking y la definición de estándares obligatorios de APIs.	Eficiencia y competencia: reducción de costos de transacción y creación de productos financieros más baratos y personalizados.
Seguridad digital	Inversión en compliance y ciberseguridad. Preparar la infraestructura de datos para cumplir con los futuros requisitos de Open Finance y asumir la responsabilidad por fraude en el entorno de la CBDC.	Mitigación de riesgos: minimizar pérdidas operativas y proteger la reputación institucional.

El reto para los líderes peruanos no es si la innovación llegará, sino si el marco regulatorio será lo suficientemente rápido para capturar el valor económico de estas transformaciones.

**MARILÚ MARTENS**

Directora CARE Perú

Educación financiera: sembrar autonomía, cosechar desarrollo

Hay una frase que he escuchado muchas veces cuando viajo a regiones: “Yo trabajo todo el día... pero no me alcanza”. Detrás de esas palabras no hay falta de esfuerzo, hay deficiencia de condiciones. Mujeres que emprenden, producen y sostienen hogares, pero que aún enfrentan barreras para acceder a herramientas tan básicas como educación financiera, crédito justo o servicios diseñados con calidad para su realidad. Por eso, cuando hablamos de inclusión financiera, no hablamos solo de dinero: hablamos de oportunidades reales para vivir con autonomía y construir un futuro más seguro.

En el Perú, la inclusión financiera ha avanzado; sin embargo, las brechas todavía son evidentes cuando miramos qué tan lejos pueden llegar las mujeres con ese acceso. A junio de 2025, el acceso al crédito parece relativamente similar: 32.54 % en mujeres y 32.69 % en hombres. Pero cuando observamos el monto real, la diferencia se vuelve clara: las mujeres concentran solo el 42.05 % del saldo total de crédito, frente al 57.95 % en hombres (SBS – Indicadores de Inclusión Financiera con cifras desagregadas). Este dato revela una realidad clave: más mujeres están ingresando al sistema, pero con menos recursos disponibles para invertir, sostener y expandirse. Y esto ocurre incluso cuando los datos reflejan algo importante: las mujeres suelen ser responsables en el pago. La morosidad total es menor en mujeres (3.7 %) que en hombres (4.2 %).

Entonces la pregunta es inevitable: si ellas muestran compromiso, disciplina y continuidad, ¿por qué el financiamiento sigue siendo menor, más limitado o menos adaptado a sus realidades?

Para entender esta desigualdad, hay que mirar más allá del sistema financiero: el tiempo. Según INEI (2024), las mujeres dedican 5 horas con 7 minutos diarios al trabajo no remunerado, mientras los hombres 2 horas con 15 minutos. Ese tiempo sostiene familias, hogares y comunidades, pero rara vez se reconoce como un factor que condiciona el acceso al empleo formal, a ingresos estables y a productos financieros pensados para mujeres que viven jornadas múltiples.

Por eso, estoy convencida de que la salud financiera empieza antes del crédito. Empieza cuando una mujer puede ordenar su economía, calcular sus costos reales, comprender qué significa invertir con estrategia y planificar metas alcanzables. Y ahí es donde la inclusión financiera se convierte también en una forma de educación: práctica, útil y transformadora.

Desde CARE Perú, trabajamos justamente en esa dirección: colocamos a las mujeres en el centro de las soluciones, no como participantes pasivas, sino como líderes económicas, productoras, emprendedoras y tomadoras de decisión. En el proyecto Strive Women, desarrollado con Mastercard, por ejemplo, contribuimos a la salud financiera de 100 000 mujeres emprendedoras en todas las regiones del Perú. A fines de 2025, se han otorgado más de 50 000 créditos diseñados especialmente para mujeres, por un total de 70 millones de soles, y se fortalecieron capacidades financieras en más de 8000 emprendedoras.

Pero el impacto no se explica solo con cifras. Se refleja en historias como la de Gaby, emprendedora de 37 años de Pucallpa, quien creó CubyGaby, un negocio familiar que produce juegos didácticos con identidad amazónica y materiales sostenibles. Ella no necesitaba solo un impulso: necesitaba acompañamiento para ordenar sus finanzas, entender sus costos, mejorar su gestión comercial y tomar mejores decisiones para crecer con estabilidad. Y eso fue lo que recibí.

Lo que Gaby representa es esencial: la inclusión financiera no debe ser un privilegio. Debe ser una herramienta para que las mujeres puedan ampliar sus oportunidades reales, fortalecer su autonomía y proteger su bienestar económico en el tiempo.

Mi opinión es sencilla: el Perú no puede aspirar al desarrollo si no coloca a las mujeres, y especialmente a quienes enfrentan mayores barreras, en el corazón de su economía. La buena noticia es que sí se puede avanzar. Se puede cuando entendemos que la inclusión financiera no es solo un producto bancario: es una puerta hacia la dignidad, la prosperidad y la libertad. Y cuando una mujer avanza con autonomía, avanzamos como país.

**ALEXA GEREZ Y PAULA TORRES**

Directora de Consultoría y
Gerenta de Consultoría de Aequales

Quién entra, quién queda fuera: el diseño detrás de la inclusión financiera

Las decisiones del ecosistema financiero no son neutras. Al definir productos, criterios de acceso y condiciones de riesgo, se establece quién participa de la economía y quién queda fuera. En ese contexto, la inclusión financiera puede contribuir al cierre de brechas de género o, si no se diseña adecuadamente, a ampliarlas.

Cuando una mujer puede gestionar su dinero sin depender de terceros y acceder a productos financieros que no la penalizan por su trayectoria laboral o nivel de ingresos, su relación con el dinero cambia. Se fortalece su capacidad de planificar, enfrentar imprevistos y decidir sobre ingresos, ahorros e inversiones. De acuerdo con el Global Findex 2025, este avance es visible: en economías de ingreso bajo y mediano, la proporción de mujeres con cuentas propias pasó del 50 % en 2014 al 73 % en 2024 (World Bank, 2025).

Sin embargo, el acceso no garantiza una inclusión efectiva. Persisten prácticas que siguen dejando fuera a muchas mujeres: el sobreendeudamiento de quienes no cuentan con ingresos propios (OCDE, 2013), productos diseñados para recorridos laborales continuos y criterios de riesgo poco sensibles a condiciones económicas diversas. Aun mostrando mejores comportamientos de pago (IFC, 2025), las mujeres acceden a montos más bajos, enfrentan tasas de interés más altas (OCDE, 2025) o quedan excluidas del crédito formal por no contar con un historial crediticio propio (WEF, 2025), construido muchas veces a nombre de sus parejas.

Esta lógica se manifiesta tanto en el sistema financiero como en las empresas. Las decisiones sobre productos y riesgos no están separadas de las condiciones de empleo, salario y beneficios que se ofrecen. Estas definiciones inciden directamente en la autonomía económica de quienes no encajan en los modelos tradicionales de empleo y crédito. En la práctica, las respuestas empresariales siguen siendo desiguales.

Según el Ranking Aequales 2025, el 76 % de las organizaciones en América Latina destina recursos para promover el ahorro

de su personal, pero solo el 34 % financia programas de requalificación o reorientación laboral, una brecha crítica para personas con trayectorias laborales interrumpidas, en particular mujeres afectadas por las cargas de cuidado y la falta de corresponsabilidad familiar (Ranking Aequales, 2025).

Este debate ya no ocurre en el vacío. Estándares internacionales, normas ISO, marcos de debida diligencia en derechos humanos y las expectativas de inversionistas y cadenas de valor están elevando el estándar. La inclusión —también la financiera— forma parte de lo que hoy se entiende como licencia social para operar (Forbes, 2024; UN Global Compact; CSDDD): la capacidad de una empresa de sostener legitimidad, competitividad y viabilidad en el tiempo.

No obstante, en la práctica surgen tensiones entre empresas, líderes, inversionistas y otros actores del ecosistema financiero y regulatorio. ¿Cómo ajustar criterios de riesgo? ¿Cómo diseñar productos que reconozcan distintas condiciones económicas? ¿Cómo medir impacto más allá de la composición de la cartera por género sin perder viabilidad?

Desde Aequales, el trabajo parte de entender estas tensiones, aportar evidencia y analizar cómo se traducen en procesos, decisiones y resultados de negocio. El foco debe desplazarse del discurso a cómo se diseñan y operan los sistemas en la práctica, no desde la filantropía ni como cumplimiento de un indicador ESG, sino como una decisión estructural.

Para quienes hoy revisan productos, ajustan modelos de riesgo o integran estas decisiones en la operación cotidiana, la diferencia está en cuestionar el mito de la neutralidad. Los criterios técnicos se construyen sobre supuestos de estabilidad laboral, ingresos y comportamiento financiero. Cuando esos supuestos no reflejan la diversidad de condiciones económicas y financieras, los modelos pierden información y generan sesgos. Corregir esas reglas no es una concesión, sino una decisión para reducir riesgos, ampliar mercados y construir sistemas que funcionen mejor.



Manuel Chacaltana Cortez

Gerente central de
Finanzas y Control de
Gestión de Caja Arequipa

“Buscamos ser un aliado estratégico de los emprendedores y un actor fundamental en el desarrollo del país”

Manuel Chacaltana Cortez, gerente central de Finanzas y Control de Gestión de Caja Arequipa, explica cómo la entidad ha integrado la sostenibilidad como eje estratégico de su gestión, reflejada en reconocimientos como el MERCO ESG y en su impulso decidido a la inclusión financiera de las MYPE y emprendedores en todo el país.

POR RENZO ROJAS

rrojas@stakeholders.com.pe

¿Cómo ha integrado Caja Arequipa la sostenibilidad en su estrategia de negocio más allá del enfoque regulatorio?

Impulsamos un modelo de gestión transversal en sostenibilidad con el propósito de generar valor para nuestros clientes, colaboradores y los diversos grupos de interés. Eso se ha visto reflejado en el reciente avance de Caja Arequipa al puesto 33 a nivel nacional y dentro del top 5 del sector bancario en el Ranking MERCO ESG 2025, el monitor de referencia en Iberoamérica que evalúa y clasifica a las empresas con mejor desempeño en criterios ambientales, sociales y de gobernanza.

Es importante mencionar que, también el año pasado, concretamos una alianza con la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), que nos permitió suscribir un contrato de financiamiento por hasta US\$ 65 millones destinados a fortalecer las iniciativas de Caja Arequipa que impulsen el desarrollo de las mujeres emprendedoras en el Perú. Se trató de la primera opera-

ción que JICA otorgó a una Caja Municipal, lo que refleja la confianza en nuestra solidez institucional, gobernanza y nuestro compromiso con la inclusión financiera y el desarrollo económico.

¿Cuáles fueron los principales avances de la entidad en materia ambiental, social y de gobernanza durante el 2025?

Hace pocas semanas, Caja Arequipa fue reconocida a nivel internacional por nuestro sólido desempeño social y ambiental, tras elevar nuestra calificación a SA+, otorgada por Microfinanza Rating (MFR), agencia internacional especializada en la

“FACILITAMOS EL FINANCIAMIENTO PARA NEGOCIOS QUE, MUCHAS VECES, NO TIENEN ACCESO A LA BANCA TRADICIONAL”.

evaluación de instituciones de microfinanzas e inclusión financiera.

En esta evaluación, MFR destacó especialmente la transparencia institucional de Caja Arequipa, y los avances desplegados en los dos últimos años en el desarrollo de herramientas para medir el bienestar y el impacto social de nuestros clientes.

También se valoró el compromiso de nuestra entidad con la inclusión financiera responsable, orientada a mejorar la calidad de vida de las MYPE, los emprendedores y sus familias, así como nuestros avances en gobernanza, reconociendo la consistencia de la calidad de nuestros productos y servicios.

¿Cómo se materializó la estrategia ESG de Caja Arequipa en logros concretos a lo largo del 2025?

En el componente ambiental, en 2025 renovamos una alianza con la Asociación ARBIO Perú, mediante un convenio que asegura la conservación de 39 hectáreas de bosques

amazónicos en Puerto Maldonado. Y este año también concretamos una alianza con Conservación Amazónica – ACCA para la reforestación de especies nativas en zonas altoandinas y amazónicas del Cusco.

En el ámbito social, destacamos por nuestra contribución hacia nuestros grupos de interés, a través de iniciativas que promueven la inclusión financiera y el desarrollo de capacidades. Allí contamos con el programa “Finanzas para Todos”, que promueve la educación financiera en escolares de primaria y secundaria; “Kallpa Warmi”, dirigido a mujeres microempresarias que buscan consolidarse como líderes en sus regiones; y “Aprende Emprende”, orientado a potenciar negocios y

la empleabilidad juvenil, complementan esta estrategia.

Asimismo, continuamos con la promoción de los emprendedores a través del concurso Orgullo Emprendedor en su segunda edición a nivel nacional con más de 800 postulantes y 18 ganadores con premios por cerca de 200 000 soles entregados en noviembre

En ese mismo ámbito, en Caja Arequipa hemos sido reconocidos por el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS), por nuestro compromiso con la inclusión de personas con discapacidad, mediante la adecuación de protocolos especializados para personas con limitaciones visuales y auditivas en 10 agencias inclusivas.

Por último, en el ámbito de gobernanza, somos valorados por nuestro compromiso con la ética, la transparencia y el fortalecimiento continuo de nuestro gobierno corporativo.

“EN EL ÁMBITO SOCIAL, DESTACAMOS POR NUESTRA CONTRIBUCIÓN HACIA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS”.



¿Cómo evalúa el desempeño económico de Caja Arequipa en el 2025, en un contexto de cautela económica en el Perú?

En cuanto al desempeño económico de Caja Arequipa en el 2025, no solo mantuvimos nuestros sólidos y consistentes indicadores financieros, sino que también reforzamos nuestra reputación y consolidamos nuestro compromiso con las MYPE, que correspondió a más de 75 % de nuestra cartera de desembolsos de crédito.

¿Qué rol cumple Caja Arequipa en la inclusión financiera de las MYPE y los emprendedores en regiones tradicionalmente desatendidas?

Nuestra institución asume un rol estratégico como motor de desarrollo y agente clave en la reducción de brechas en las diferentes regiones del Perú. A través de una amplia oferta de productos crediticios, facilitamos el financiamiento para negocios que, muchas veces, no tienen acceso a la banca tradicional. Nuestros canales digitales e iniciativas como los desembolsos de crédito por WhatsApp han fortalecido nuestra capacidad de llegar a zonas rurales y poblaciones con barreras de acceso financiero.

Este enfoque integral no solo impulsa la competitividad de las MYPE, sino que también genera un impacto positivo en las comunidades donde operamos, promoviendo la equidad y la prosperidad en el largo plazo.

¿Cómo visualiza el entorno económico para las microfinanzas en el 2026 y qué estrategias adoptará Caja Arequipa para afrontarlo?

Desde mi perspectiva, el 2026 será un año que se mueve bajo un entorno económico favorable, aunque exigente y competitivo para el sector de las microfinanzas; lo

“REFORZAMOS NUESTRA REPUTACIÓN Y CONSOLIDAMOS NUESTRO COMPROMISO CON LAS MYPE”.

que demandará eficiencia y capacidad de adaptación hacia las demandas futuras.

Por otro lado, este año continuaremos impulsando productos de crédito inclusivos adaptados a las MYPE, y servicios digitales innovadores que promuevan la inclusión. Además, reforzaremos nuestro talento interno, la gestión de riesgos y las alianzas con

actores públicos y privados para brindar mejores oportunidades de crecimiento a los empresarios.

Consolidar una gestión sostenible hacia el 2026 va a implicar elevar la profundidad y medición del impacto ESG de Caja Arequipa. Estos desafíos, si se abordan con rigor estratégico, nos permitirán no solo mantener sino liderar un modelo de finanzas inclusivas y de alto valor para las comunidades y el Perú.

¿Cómo se vive la sostenibilidad a nivel interno de la organización?

La sostenibilidad en Caja Arequipa no se vive con iniciativas aisladas, sino como un principio transversal que orienta toda nuestra gestión.



Forma parte de nuestro modelo de negocio y de la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.

A nivel interno, la cultura ESG se expresa en un compromiso concreto con la ética, la transparencia y la generación de valor sostenible y consistente para nuestros grupos de interés. Nuestros equipos participan activamente en iniciativas de voluntariado, y pro-

mueven prácticas responsables, pues han comprendido que cada acción los vuelve personas más íntegras y, a la vez, contribuye a consolidar una institución más cercana y orientada al desarrollo sostenible del país.

Finalmente, ¿cómo resumiría en una frase el compromiso que tiene Caja Arequipa en el Perú más allá de ser un actor del sector privado?

“NUESTRO COMPROMISO COMO CAJA AREQUIPA ES TRASCENDER, MÁS ALLÁ DE NUESTRAS OPERACIONES”.

Nuestro compromiso como Caja Arequipa es trascender, más allá de nuestras operaciones, para alcanzar una inclusión financiera de calidad. Buscamos ser un aliado estratégico de los emprendedores y un actor fundamental en el desarrollo del país, promoviendo la inclusión y la educación financiera para generar impacto positivo en nuestros grupos de interés. Cuando el sistema financiero se compromete verdaderamente con las personas, no solo moviliza recursos, sino que permite transformar realidades y generar progreso para todo el país.



**MARIO NAPRAVNIK PESCE**

Gerente general de Rainforest Expeditions y director de la Asociación Peruana de Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Especializado (APTAE)

Machu Picchu: sostenibilidad en riesgo

La sostenibilidad es, básicamente, un adecuado equilibrio entre el desarrollo económico, el bienestar de la población y la protección ambiental, posible solo con una gestión técnica y responsable, y con un engranaje adecuado entre el Estado, la empresa privada y la población. Con eso en mente, ¿podemos decir que estamos haciendo las cosas correctamente para el desarrollo sostenible de nuestro país?

Veamos un ejemplo con el turismo en el Perú: Machu Picchu, la meca del turismo. Nos hemos apartado de esos lineamientos para politizarlo y llenarlo de populismo, con decisiones poco técnicas.

Sabemos que el turismo es frágil y, pese a ello, nos hemos empeñado en enviar pésimos mensajes. Ahí están la crisis de Consettur y el transporte terrestre, la crisis de la concesión del Machu Picchu Sanctuary Lodge, los problemas de boletaje, el acceso para visitantes, las largas colas, entre otros. Hemos transformado una gestión medianamente eficiente y sostenible en una gobernanza fallida, originada principalmente por apetitos de poder. Gobiernos regionales que no entienden de turismo lo politizan y tratan al visitante como un número, una cifra a explotar; incluso abandonan su rol promotor para querer convertirse en operadores o en una supuesta autoridad autónoma regional para la gestión de Machu Picchu.

Todo esto opaca avances y noticias positivas en favor de un destino sostenible, como la Ley General de Turismo, que por fin incorpora una mirada de largo plazo sobre lo que queremos para el país. Asimismo, la reglamentación de la ley está cerca de ser promulgada, junto con un nuevo plan maestro para Machu Picchu. Históricamente relegado y visto como una amenaza, el turismo es hoy un objetivo estratégico con herramientas para una gestión óptima, logros que lamentablemente se ven empañados por el populismo político.

¿Cómo empezó todo? Recordemos que la pandemia del COVID-19 y las manifestaciones políticas violentas que la precedieron dejaron una profunda recesión en Cusco, así como protestas y malestar social. La respuesta fue populista: se perdió la venta ordenada y centralizada de boletos y se habilitaron mil tickets adicionales que contribuyeron al deterioro de la llaqta. Desde entonces, el estancamiento, el desgobierno y el desorden han marcado el turismo en Machu Picchu.

Si analizamos con mayor detalle la situación operativa de la plataforma oficial de venta de boletos de ingreso a la llaqta de Machu Picchu, encontramos múltiples incidencias: bloqueos de pantalla, caídas del sistema, imposibilidad de acceso simultáneo y fallas durante el proceso de compra. Esta situación ha afectado principios como la equidad, la predictibilidad y el libre acceso a servicios administrados por el Estado.

Tras varios años, los peruanos no hemos logrado administrar de manera óptima una plataforma acorde con la importancia y relevancia de Machu Picchu y de la red del Camino Inca. No hemos sido capaces de garantizar un servicio de banda ancha que permita, desde cualquier dispositivo, contar con una conexión permanente y de alta capacidad de transmisión. Tampoco se ha implementado, como se ha sugerido reiteradamente, una plataforma alojada en la nube con accesibilidad 24/7, mayor seguridad, transparencia, automatización de procesos y mejor experiencia para el visitante.

Se acercan elecciones. Aprendamos de los errores y centrémonos en elegir personas capaces de resolver estas problemáticas con visión técnica; personas probas, con interés genuino en el desarrollo del turismo, con cualidades, competencias y profesionalismo. La esperanza no se pierde; la sostenibilidad no se negocia.

El desafío peruano de sostener la maravilla mundial

Con un nuevo Plan Maestro al 2046, el Santuario Histórico de Machu Picchu busca equilibrar la alta demanda turística con la protección de su patrimonio cultural y natural. Gobernanza, diversificación de rutas y corresponsabilidad ambiental aparecen como los ejes para consolidar un modelo de turismo verdaderamente sostenible.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

Machu Picchu representa uno de los mayores orgullos del Perú, pero también uno de sus desafíos más complejos en materia de gestión sostenible. Su reconocimiento como Patrimonio Mundial Mixto por la Unesco y su condición de maravilla del mundo moderno han convertido al santuario en un destino de altísima demanda, donde se reúnen intereses

económicos y la responsabilidad histórica frente a la conservación del patrimonio cultural y natural.

Durante años, el debate público se ha concentrado en síntomas visibles como filas interminables, conflictos por la venta de boletos, protestas y saturación en temporadas altas. Sin embargo, estos episodios suelen ocultar una

discusión más profunda y estructural sobre cómo gobernar un territorio frágil cuyo valor universal depende, precisamente, de no ser tratado como un destino turístico convencional.

Desde la mirada de Alejandro Neyra, exministro de Cultura, el punto de partida para ordenar la discusión es reconocer que Machu Picchu aún no



ha retornado plenamente a los niveles de visita previos a la pandemia.

“La demanda de Machu Picchu todavía no se ha reactivado plenamente. Desde la pandemia, si bien es cierto que en las temporadas altas se está llegando al límite de ocupación, no es que haya necesariamente una sobredemanda a lo largo del año”, explica.

Este dato es clave porque permite desplazar el foco desde el miedo al colapso inmediato hacia una gestión más estratégica del turismo. El reto no es únicamente cuántas personas ingresan, sino cómo, cuándo y para qué lo hacen, y qué impacto genera esa experiencia en el territorio y en las comunidades que lo habitan.

Machu Picchu no es solo la imagen icónica de la ciudadela inca, sino un santuario de más de 37 mil hectáreas donde convergen ecosistemas andinos y amazónicos, microclimas, especies emblemáticas, caminos incas y más de 60 monumentos arqueológicos. Esta complejidad convierte su gestión en un ejercicio de equilibrio permanente entre conservación, uso público y desarrollo local.

El Plan Maestro: ordenar el presente para proteger el futuro

En este contexto, la aprobación del Plan Maestro del Santuario Histórico de Machu Picchu, con horizonte al 2046, abre una nueva etapa en la gestión del santuario. Respaldado de manera unánime por la Unidad de Gestión de Machu Picchu (UGM), el documento se presenta como la hoja de ruta más ambiciosa de las últimas décadas para asegurar una gestión integral, ordenada y sostenible del principal patrimonio del país.



Alejandro Neyra
Exministro de Cultura



Albina Ruíz
Exministra del Ambiente

Para Neyra, el valor del Plan Maestro radica en su mirada de largo plazo y en su capacidad de articular dimensiones que históricamente se han gestionado de manera fragmentada.

“El plan maestro es un buen camino para ver cuáles son las formas que permitan aumentar el turismo de manera sostenible, sin poner en riesgo la calificación del bien por

parte de la Unesco, pero sobre todo la conservación del mismo”, señala.

Uno de los cambios más relevantes es que el Plan Maestro incorpora explícitamente el turismo como un componente estratégico, no como una amenaza que deba contenerse, sino como una actividad que puede ordenarse y diversificarse para reducir impactos y generar mayor valor.

Esta visión reconoce que Machu Picchu ha sido gestionado, durante años, como un destino de visita rápida, concentrado casi exclusivamente en la ciudadela. El resultado ha sido una presión excesiva sobre un espacio reducido y una distribución limitada de los beneficios económicos.

“El visitante normalmente llega en tren, visita y se retira. No se ha logrado todavía ofrecer otros atractivos que generen un incentivo real para quedarse ni poner en valor todo el aspecto natural que rodea Machu Picchu”, reflexiona Neyra.

El Plan Maestro propone, en cambio, diversificar rutas, integrar circuitos naturales y culturales, y ampliar la experiencia turística dentro del santuario y sus zonas de influencia. Esta estrategia no solo alivia la presión sobre la ‘llaqta’ (ciudadela), sino que permite distribuir mejor los flujos y los ingresos, fortaleciendo el desarrollo territorial.

Gestión ambiental y economía circular

Desde la sostenibilidad ambiental, Machu Picchu se enfrenta a retos que van más allá del control del aforo. Así lo plantea Albina Ruíz, exministra del Ambiente, quien subraya que el equilibrio entre turismo y conservación exige una transformación profunda del modelo de gestión.

“MACHU PICCHU NO ES SOLO LA IMAGEN ICÓNICA DE LA CIUDADELA INCA, SINO UN SANTUARIO DE MÁS DE 37 MIL HECTÁREAS DONDE CONVERGEN ECOSISTEMAS ANDINOS Y AMAZÓNICOS”.

“Equilibrar la alta demanda turística con la protección del patrimonio cultural y natural exige una gestión integral, preventiva y corresponsable. No se trata de limitar el turismo, sino de transformarlo en un aliado de la conservación”, afirma.

Uno de los ejes críticos es la gestión de residuos sólidos, un tema especialmente sensible en un ecosistema frágil y de alta visitación. “Es fundamental una gestión moderna y eficiente de los residuos, basada en la reducción en la fuente, la segregación obligatoria, el reciclaje y el tratamiento de los residuos orgánicos mediante compostaje o producción de biochar”, detalla.

Este enfoque no solo reduce la presión ambiental, sino que abre la puerta a una economía circular, donde los residuos del turismo se convierten en insumos para la producción local de alimentos y la recuperación de suelos, fortaleciendo el vínculo entre conservación y desarrollo comunitario.



Daysy Angeles Barrantes

Docente de Turismo y
Administración de la UPC

El uso eficiente del agua aparece como otro eje estratégico.

“El uso racional y eficiente del agua implica tecnologías de ahorro, reutilización de aguas tratadas y una planificación que reconozca al agua como un recurso finito, especialmente en ecosistemas frágiles”, advierte Ruíz.

En este marco, Machu Picchu ha logrado posicionarse como referente global al convertirse en el primer

destino turístico del mundo con certificación Carbono Neutral, un reconocimiento que evidencia la articulación entre sector público, empresas privadas y actores locales para reducir y compensar emisiones, mejorar la gestión de residuos y promover prácticas sostenibles.

Sin embargo, la sostenibilidad no puede sostenerse solo desde la infraestructura o la normativa. Requiere un cambio cultural profundo, donde el visitante entienda que su experiencia también implica responsabilidades.

“El turista debe pasar de ser un visitante pasivo a un actor consciente y responsable. Visitar una maravilla del mundo implica también el deber de cuidarla”, enfatiza la exministra.

Gobernanza, límites y el riesgo de no actuar

Desde una mirada académica y técnica, Daysy Angeles Barrantes, docente de Turismo y Administración de la UPC, advierte que la alta presión turística incrementa riesgos ambientales y culturales que deben gestionarse de manera integral.

“La afluencia de visitantes puede incrementar riesgos como la generación de residuos sólidos, la sobreexplotación del recurso hídrico, la generación de aguas grises, las emisiones de CO₂ y la perturbación de la flora y fauna”, señala.

A estos impactos se suma el desgaste progresivo del patrimonio arqueológico, un riesgo silencioso pero constante. “El deterioro producido por el tránsito de visitantes es un efecto que se intenta controlar con la regulación del equipamiento, la capacidad de carga y la diversificación de rutas turísticas”, precisa.

Las medidas implementadas en los últimos años —aforos, rutas

“EL TURISTA DEBE PASAR DE SER UN VISITANTE PASIVO A UN ACTOR CONSCIENTE Y RESPONSABLE. VISITAR UNA MARAVILLA DEL MUNDO IMPLICA TAMBIÉN EL DEBER DE CUIDARLA”.



diferenciadas y horarios escalonados— han sido necesarias, aunque no suficientes.

“Aunque son percibidas como estrictas, son indispensables para manejar los impactos de una alta afluencia. Sin embargo, también es importante mejorar la infraestructura de acceso, el sistema de reservas y el uso de tecnología limpia”, sostiene.

Para Angeles Barrantes, el verdadero desafío está en fortalecer la gobernanza y asegurar que la conservación del patrimonio ge-

nere beneficios sociales y económicos sostenibles.

“Es fundamental incluir al sector privado y a las comunidades locales debidamente representadas, escuchar las voces de todos los involucrados y mejorar permanentemente las medidas, basadas en el bienestar común”, afirma.

El riesgo de no avanzar en esta dirección es alto. Alejandro Neyra lo resume con claridad. “Lo más riesgoso es que la Unesco nos coloque en la lista de patrimonio en riesgo, lo que implicaría que no estamos

haciendo los esfuerzos suficientes para preservar el bien”.

Hoy, Machu Picchu se mantiene en buen estado de conservación. Pero la sostenibilidad no es un logro definitivo, sino un proceso continuo que exige gobernanza, inversión, corresponsabilidad y visión de largo plazo. El Plan Maestro ofrece una hoja de ruta clara, convertirlo en acción será la verdadera prueba de si el turismo puede ser, no una amenaza, sino el principal aliado para proteger uno de los patrimonios más valiosos de la humanidad.





El modelo de Ciudades Sostenibles impulsado por Fundación AJE y Grupo AJE que redefine el turismo responsable

Desde hace varios años, Grupo AJE a través de la Fundación AJE Eduardo & Mirtha Añaños, impulsan una estrategia que articula la conservación del patrimonio, la economía circular y la acción climática, demostrando que el turismo sostenible puede generar valor ambiental, social y económico a escala global.

En un contexto global marcado por la urgencia de proteger los ecosistemas y el patrimonio cultural, el trabajo de Grupo AJE a través de la Fundación AJE Eduardo & Mirtha Añaños viene consolidando un modelo de turismo sostenible que apuesta por la conservación ambiental, el desarrollo local y la puesta en valor de los residuos. A través de la marca Cielo, desde hace varios años se logró impulsar “Ciudades Sostenibles”, un pilar por el cual se protegen y preservan los principales patrimonios culturales y naturales de aquellos países donde operan.

Esta propuesta combina la protección de sitios patrimoniales, la reducción del impacto ambiental y el fortalecimiento de economías locales, promoviendo prácticas responsables en la gestión de residuos en ciudades emblemáticas. Este enfoque busca no solo preservar los destinos, sino también ofrecer experiencias auténticas y conscientes a los viajeros que visitan estos patrimonios.

Entre los patrimonios naturales, históricos y culturales donde se vienen desarrollando acciones de conservación se encuentra Machu Picchu en

Perú; el Centro Histórico de Cartagena de Indias, en Colombia; el Parque Nacional de Tikal, así como la ciudad de Antigua en Guatemala; Tulúm y el pueblo mágico de Tepoztlán en México; entre otros.

En cada uno de estos países, el enfoque de Ciudades Sostenibles ha abierto la puerta a una renovada forma de hacer y entender el turismo, uno enmarcado en términos de sostenibilidad, que los posiciona como destinos amigables con el medio ambiente, que se preocupa por mitigar su huella de carbono.

La propia UNESCO revela que las ciudades que valoran y conservan sus patrimonios atraen un turismo más consciente, un turismo que además de admirar los monumentos y paisajes, también apoya los proyectos de conservación y desarrollo sostenible.

“El turismo sostenible permite a los viajeros disfrutar de los destinos mientras se minimiza el impacto ambiental y se preserva el patrimonio cultural y natural. Las iniciativas las lideramos en conjunto y sabemos que contribuyen directamente a este modelo, promoviendo la reducción de residuos, la eficiencia en el uso de recursos y la educación ambiental”, indica Jorge López-Dóriga, director global de Comunicaciones y Sostenibilidad de Grupo AJE.

La maravilla del mundo, Machu Picchu, es un ejemplo de ello. En 2021 se convirtió en la primera maravilla del mundo en lograr la certificación carbono neutral, un título que fue renovado en el 2025 a través de la certificadora Green Initiative, gracias a la implementación de diversas prácticas sostenibles y al cumplimiento de sus metas de descarbonización.

Todo esto fue posible debido al esfuerzo conjunto del sector público como la Municipalidad de Machu Picchu y el SERNANP; y del sector privado como Inkateerra y el Grupo AJE, que ayudaron a implementar acciones de descarbonización que han marcado una diferencia tangible. Desde marzo de 2024 a la fecha, se han recolectado 85,170 kg de PET, para darle un segundo uso. Hoy la Ciudadela Inca reaprovecha el 80 % de sus residuos y tiene el compromiso de reducir en 45 % sus emisiones de CO₂ al 2030 y eliminarlas por completo hacia el 2050. Desde la entrega del certifi-

“LO QUE ESTAMOS DEMOSTRANDO EN MACHU PICCHU ES QUE LA SOSTENIBILIDAD NO ES UN DISCURSO”.

cado hasta el 2023 la reducción de la huella fue de un 19 %.

“Lo que estamos demostrando en Machu Picchu es que la sostenibilidad no es un discurso, sino un modelo de gestión viable y replicable. Este enfoque de ciudad sostenible ya se está implementando en otros patrimonios culturales y naturales del mundo, impulsando un turismo responsable que protege los destinos y genera valor para las comunidades”, afirma Jorge López-Dóriga.

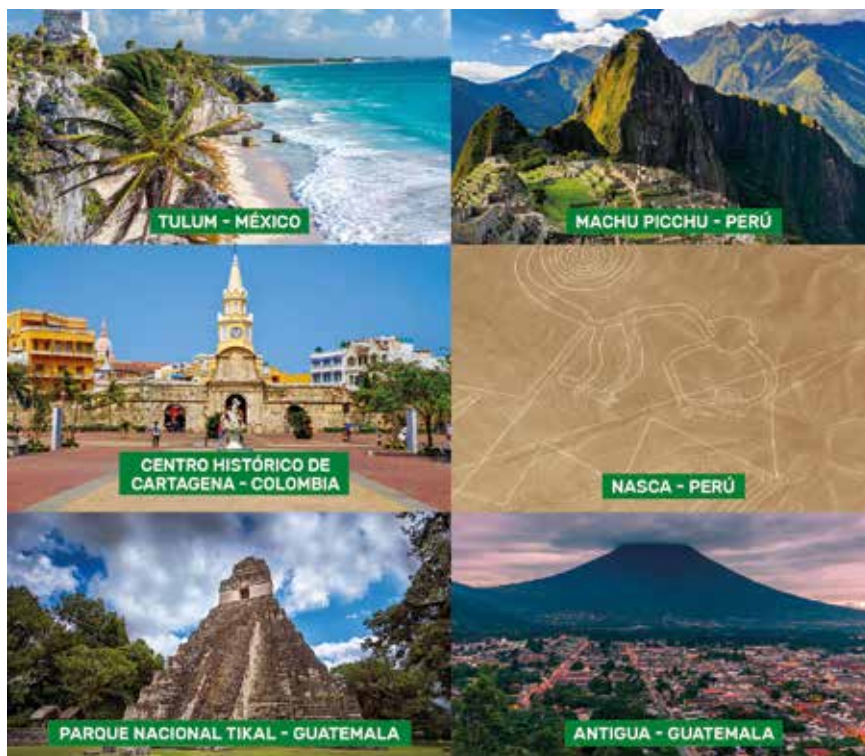
Con estas iniciativas, demuestran que el turismo sostenible no solo protege los destinos, sino que también enriquece la experiencia del visitante, genera valor para las

comunidades locales y contribuye de manera tangible a la lucha contra el cambio climático.

Ciudades Sostenibles y conservación del patrimonio

La estrategia “Ciudades Sostenibles”, impulsada por Grupo AJE a través de la Fundación AJE Eduardo & Mirtha Añaños, busca proteger y preservar destinos emblemáticos, promoviendo un modelo de turismo sostenible en los países donde tiene presencia. La iniciativa tiene como objetivo lograr que destinos turísticos como Machu Picchu puedan recibir visitantes de manera responsable, reduciendo su impacto ambiental, fortaleciendo la economía circular y promoviendo la conservación de estos territorios y su riqueza cultural.

En el caso de la maravilla del mundo, además de las acciones ya realizadas, se sumó la instalación de una planta compactadora de plástico PET y cartón, una planta





de biodiésel que procesa aceites reciclados y una planta pirolizadora que convierte los residuos orgánicos en biochar, un material natural que mejora los suelos y captura carbono; siempre en colaboración con la Municipalidad de Machu Picchu e Inkaterra.

Esta experiencia está siendo replicada en otros espacios de alto valor histórico y ambiental del Perú, como las Líneas de Nasca y los acueductos de Cantayoc y Ocongalla (Ica), con acciones enfocadas en la gestión de residuos, educación ambiental y preservación de esta herencia ancestral. A nivel internacional, el modelo se extiende al Parque Nacional de Tikal (Guatemala), donde se impulsan centros de acopio de residuos PET para proteger su biodiversidad y encastrarlo hacia una economía circular y un turismo carbono neutral.

De manera similar, en Cartagena de Indias (Colombia), se trabaja de la mano con comercios y autoridades locales para reducir las emisiones

de CO₂ y promover prácticas sostenibles en su Centro Histórico. Esta iniciativa no solo busca proteger el entorno de la ciudad amurallada, sino también fortalecer su competitividad como destino, atrayendo a viajeros comprometidos con la sostenibilidad y la acción climática.

Impacto global y educación para un turismo con propósito

Más allá de la protección de destinos emblemáticos, las iniciativas impulsadas por Grupo AJE a través de la Fundación AJE Eduardo & Mirtha Añaños, refleja una visión integral del turismo sostenible, alineada con los principales estándares internacionales: conservación del patrimonio natural y cultural, generación de valor social y económico para las comunidades locales, y formación de una ciudadanía —visitantes y pobladores— cada vez más consciente de su impacto ambiental.

Cada proyecto desarrollado bajo el enfoque de Ciudades Sostenibles busca que la actividad turística deje una huella positiva y duradera,

integrando prácticas de economía circular, reducción y reaprovechamiento de residuos, uso eficiente de los recursos y programas de educación ambiental que fortalecen la corresponsabilidad entre empresas, autoridades y sociedad civil.

En un escenario global donde el turismo enfrenta el desafío de reinventarse frente al cambio climático, esta experiencia nacida en el Perú demuestra que es posible compatibilizar desarrollo económico, conservación y la experiencia turística, convirtiendo a los destinos en aliados de la sostenibilidad y no en víctimas de su éxito.

Con estas acciones, la multinacional de origen peruano consolida un modelo replicable a escala internacional, promoviendo un turismo responsable que busca equilibrar la experiencia del viajero con la protección de los destinos y el bienestar de las comunidades.

Minam: negocios sostenibles que cuidan la Amazonía accederán a bono por buen pagador

Más de 300 negocios sostenibles han solicitado este beneficio en el marco del Programa para Bionegocios del Ministerio del Ambiente.

Un total de 346 bionegocios de la Amazonía peruana accederán al bono bionegocio, incentivo que, a partir de este año, entregan las entidades financieras participantes del Programa para Bionegocios del Ministerio del Ambiente (Minam), como un reconocimiento al pago oportuno de sus obligaciones crediticias y por contribuir al crecimiento de actividades productivas sostenibles en la región.

El Minam informó que el programa contempla un bono de buen pagador que dispone de un fondo total de \$2 millones. A la fecha, los emprendimientos han gestionado sus solicitudes ante las entidades financieras para acceder a dicho beneficio.

El incentivo equivale al 15 % del monto desembolsado del crédito otorgado bajo el Programa para Bionegocios del Minam y constituye un reconocimiento a aquellos negocios sostenibles que cumplen con criterios ambientales y sociales.

“Con este bono estamos reconociendo la responsabilidad financiera y, al mismo tiempo, reafirmando nuestro compromiso con quienes apuestan por un desarrollo que protege la biodiversidad amazónica. Los bionegocios demuestran que es posible generar ingresos cuidando nuestros bosques y recursos naturales”, destacó el titular del Minam, Miguel Espichán.

Esta iniciativa contribuye a fortalecer la conservación de la biodiversi-



Dato

El Programa para Bionegocios del Minam cuenta con un fondo de US\$ 20 millones destinado a facilitar el financiamiento de emprendimientos que aprovechan sosteniblemente la biodiversidad amazónica. Los créditos se otorgan a los bionegocios mediante las entidades financieras.

dad, mejorar el desempeño ambiental de las actividades productivas y promover una cultura crediticia responsable. Además, impulsa el desarrollo económico sostenible en la Amazonía peruana mediante actividades vinculadas al ecoturismo, la agroforestería no ganadera y el aprovechamiento de recursos forestales no maderables.

Actualmente, las solicitudes han sido canalizadas a través de COOPAC Norandino, Caja Maynas y Caja Cusco, por un monto superior a S/ 280 000.

Con esta medida, el Minam reconoce las buenas prácticas empresariales y el cumplimiento de estándares ambientales, fortaleciendo una cultura de pago responsable y promoviendo el uso sostenible de la biodiversidad amazónica.

Lima cumple 491 años: el desafío de construir una ciudad sostenible hacia su quinto centenario

En su aniversario 491, Lima atraviesa un momento decisivo. Con el quinto centenario cada vez más cerca, la capital sigue sin articular una visión metropolitana de largo plazo. La calidad del aire, la gestión de residuos, el transporte, la infraestructura verde y la participación ciudadana dan cuenta de una ciudad que aún responde más a la urgencia inmediata que a una estrategia sostenible de futuro.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

A 491 años de su fundación, Lima llega a un nuevo aniversario arrastrando tensiones históricas no resueltas. Fundada el 18 de enero de 1535 y asentada en un territorio árido, la capital del Perú se ha expandido hasta convertirse en una megaciudad de más de 10 millones de habitantes, distribuida en 43 distritos profundamente desiguales. Centro político, económico y administrativo del país, Lima concentra oportunidades, pero también riesgos estructurales que hoy comprometen su sostenibilidad.

La ciudad que alberga patrimonio arqueológico prehispánico, un Centro Histórico reconocido por la Unesco y nodos estratégicos como el aeropuerto Jorge Chávez y el puerto del Callao, enfrenta un deterioro progresivo de sus condiciones ambientales y urbanas. La caída en rankings internacionales de sostenibilidad, los persistentes niveles de contaminación del aire, el colapso del transporte y la fragmentación de la gestión pública configuran un escenario que exige algo más que soluciones sectoriales.

Pensar Lima con miras a sus 500 años no es un ejercicio simbólico, sino una urgencia política y técnica. La pregunta de fondo es si la capital está construyendo hoy las bases de una ciudad sostenible, capaz de ofrecer



Steven Arce

Ingeniero de la Subdirección de Evaluación del Ambiente Atmosférico del Senamhi



Fiorella Danjoy

Directora de Recicla Latam

calidad de vida, equidad territorial y resiliencia climática, o si continúa reproduciendo un modelo urbano que profundiza brechas y posterga decisiones clave.

Contaminación ambiental: una amenaza silenciosa

La calidad del aire se ha convertido en uno de los principales pasivos ambientales de Lima Metropolitana. De acuerdo con el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (Senamhi), la ciudad registra concentraciones de material particulado fino (PM2.5) que la ubican en rangos insalubres, especialmente en distritos de Lima Norte, Lima Este y Lima Centro.

El ingeniero Steven Arce, de la Subdirección de Evaluación del Ambiente Atmosférico del Senamhi, advierte que la evolución de la calidad del aire en la última década ha estado directamente vinculada a la actividad humana. “Durante el periodo de aislamiento social por la pandemia de COVID-19 se produjo una reducción sustancial de las emisiones, principalmente de origen vehicular, lo que se tradujo en una mejora temporal de la calidad del aire en diferentes zonas de Lima”, explica. Sin embargo, precisa que este efecto fue transitorio y se revirtió tras el levantamiento de las restricciones.

Hoy, los principales contaminantes siguen siendo el material particulado fino y grueso. “El PM2.5 y el PM10 son los contaminantes que tienen mayor impacto en la salud de las personas, repercutiendo en la morbilidad y morta-

lidad, por eso son los que vigilamos con mayor énfasis”, señala Arce. El especialista añade que más del 50 % de estas emisiones proviene del parque automotor, particularmente de vehículos con más de 15 o 20 años de antigüedad, cuya combustión ineficiente libera mayores niveles de contaminantes.

Las condiciones meteorológicas propias de Lima —baja velocidad del viento, alta humedad y una compleja orografía— agravan el problema. “El viento transporta la contaminación desde el sur hacia Lima Norte y Lima Este, y la presencia de cerros condiciona la dispersión”, detalla Arce, quien también apunta al peso de las zonas industriales y la falta de pavimentación como factores que incrementan la resuspensión de polvo.

Frente a este escenario, mejorar la calidad del aire en Lima requiere una combinación de decisiones técnicas y políticas sostenidas. Desde el Senamhi, se enfatiza la necesidad de fortalecer la red de monitoreo atmosférico, usar los datos para orientar políticas públicas y priorizar la reducción de emisiones del parque automotor, especialmente de los vehículos más antiguos. A ello se suma la urgencia de promover combustibles más limpios, reforzar la fiscalización ambiental y articular las políticas de transporte, industria y ordenamiento urbano. El sector privado, añade, puede contribuir mediante la adopción de tecnologías más limpias y el control de emisiones industriales, mientras que la ciudadanía tiene un rol clave en reducir el uso del vehículo particular, evitar la quema de residuos y optar por medios de transporte colectivos o no motorizados.

Una ciudad atrapada en la lógica de usar y botar

La gestión de residuos sólidos re-



Elloth Tarazona
Gerente técnico de la Asociación Automotriz del Perú (AAP)



Mariana Alegre
Directora ejecutiva y fundadora de Sistema Urbano

“LA CIUDAD ENFRENTA UN DETERIORO PROGRESIVO DE SUS CONDICIONES AMBIENTALES Y URBANAS”.

vela otra de las fracturas estructurales de la ciudad. Lima sigue operando bajo una lógica lineal de “usar y botar”, sin un sistema metropolitano integrado que articule segregación, recolección diferenciada y valorización.

Para Fiorella Danjoy, directora de Recicla Latam, el principal cuello de botella es logístico. “No tenemos un sistema integrado desde la segregación en la fuente hasta la valorización de los residuos, que contemple separación, trazabili-

dad, infraestructura y fiscalización consistente entre los 43 distritos”, afirma. A ello se suma la falta de educación ambiental y la escasez de recicladores formales que cubran toda la ciudad.

Danjoy subraya que gran parte de los residuos que hoy terminan en disposición final podrían ser aprovechados. “Estamos lejos de una economía circular efectiva porque la ciudad funciona principalmente en una lógica lineal, pese a que gran parte del residuo sí es valorizable”, sostiene. Entre las oportunidades desaprovechadas menciona la valorización de residuos orgánicos, la compra pública circular y la responsabilidad extendida del productor.

Desde su perspectiva, el rol ciudadano es clave, pero insuficiente sin infraestructura y con una articulación frágil. “Hoy en Lima la articulación existe, pero es desigual y frágil. Funciona mejor en los distritos donde hay voluntad política y acompañamiento técnico, pero no como un sistema metropolitano”, advierte.

Para Danjoy, avanzar hacia un Sistema Metropolitano Unificado de Residuos, con estándares compartidos, datos abiertos y financiamiento sostenible, es una decisión impostergable si Lima quiere evitar una crisis mayor rumbo a sus 500 años.

Movilidad fragmentada, contaminación y pérdida de tiempo

La movilidad urbana es, quizás, el reflejo más visible de la falta de planificación a largo plazo. Lima figura entre las ciudades más congestionadas y contaminadas de la región, con un sistema de transporte fragmentado, altamente informal y poco eficiente, que impacta directamente en la calidad



del aire, el tiempo de traslado y la seguridad vial.

Ellioth Tarazona, gerente técnico de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), advierte que el problema va mucho más allá de la infraestructura disponible. “El problema no es solo de infraestructura, sino de fragmentación del sistema, falta de integración real entre modos de transporte y una débil planificación de largo plazo”, señala. A diferencia de otras capitales latinoamericanas, Lima sigue dependiendo de microbuses, combis y taxis informales, mientras apenas una fracción de la población accede al sistema formal.

Tarazona añade que la ausencia de una Política Nacional de Movilidad Urbana Sostenible y de un plan efectivo de electromovilidad ha mantenido a la ciudad estancada. “Hemos reemplazado los buses

grandes por microbuses y combis, arrastrando un parque vehicular antiguo y desordenado, social y ambientalmente insostenible”, afirma.

De cara al quinto centenario, el especialista enfatiza la necesidad de ejecutar lo ya planificado. “No basta con tener un marco regulatorio; lo más importante es implementarlo y pasar de las intenciones a la acción”, sostiene, en referencia al Plan de Movilidad Urbana 2025-2045 aprobado por la ATU, que contempla nuevas líneas de metro, corredores BRT y una transformación integral del sistema.

Áreas verdes y viviendas dignas, el déficit que profundiza la desigualdad urbana

La brecha de áreas verdes por habitante es una de las más críticas de la capital. En la mayoría de distritos, el indicador no supera los 2 m²

por persona, muy por debajo de estándares internacionales y de otras ciudades de la región.

El arquitecto urbanista Aldo Giovanni Facho Dede, presidente de la Comisión Nacional de Urbanismo del Colegio de Arquitectos del Perú, atribuye esta situación al crecimiento sin planificación. “Si no fuera porque en el Plan de Desarrollo Metropolitano de 1967 se determinaron los parques zonales, hoy el parque más grande que tendría Lima sería el Campo de Marte”, sostiene. Incluso así, la sumatoria de estos parques equivale apenas al área del Parque Central de Nueva York.

Facho advierte que la informalidad y la ausencia de una visión estratégica han generado un déficit alarmante de espacios públicos de calidad. “La mayor parte de los parques de Lima y Callao tienen

menos de una hectárea, lo que limita una transformación real del suelo y profundiza la desigualdad urbana”, explica.

El crecimiento urbano desordenado también ha impactado en el acceso a vivienda digna y servicios básicos. “Ha dificultado y encarecido la planificación de redes de agua, desagüe, transporte y equipamientos esenciales”, señala. Esta expansión horizontal obliga a miles de familias a realizar largos desplazamientos diarios, afectando su calidad de vida y su economía.

Para Facho, Lima necesita una planificación estratégica de mediano y largo plazo, articulada con el sector privado y la sociedad civil. “Lo que Lima y el Callao necesitan es un alcalde que sepa convocar, liderar y conectar todas esas iniciativas en un gran proyecto de ciudad”, enfatiza.

Gobernanza y participación ciudadana: el eslabón débil de la sostenibilidad urbana

La sostenibilidad urbana no se construye solo con infraestructura, sino también con gobernanza e involucramiento ciudadano. Sin embargo, los datos del observatorio Lima Cómo Vamos revelan una ciudadanía mayoritariamente insatisfecha: apenas el 29 % se siente satisfecho con Lima y Callao como lugar para vivir.

Lima Norte registra el nivel más bajo de satisfacción (14,3 %), mientras que Lima Centro concentra el mayor índice de insatisfacción (53,3 %). En este contexto, la contaminación ambiental aparece recién en cuarto lugar entre las principales preocupaciones ciudadanas, detrás de la inseguridad, el transporte y la corrupción.

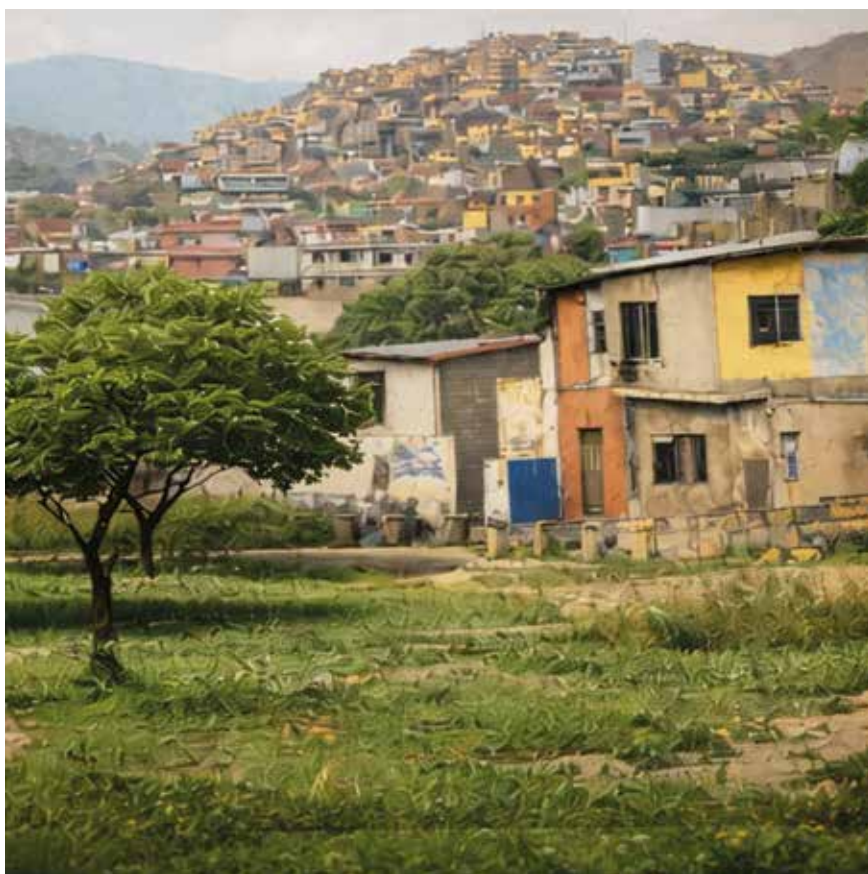
Mariana Alegre, directora del observatorio, explica que esta je-

rarquía responde a condiciones estructurales. “Cuando las personas enfrentan problemas de supervivencia económica, los temas ambientales pasan a un segundo plano”, señala. A ello se suma la baja tangibilidad de algunos impactos. “El tráfico o la falta de agua son problemas visibles y urgentes; la mala calidad del aire o la falta de áreas verdes no siempre se perciben con la misma inmediatez”, añade.

Pese a ello, existen señales alentadoras. “Ocho de cada diez peruanos rechazan pagar coimas para acelerar trámites”, destaca Alegre, aunque reconoce la brecha entre el discurso y la práctica cotidiana. Para la especialista, el liderazgo político es clave. “Un alcalde metropolitano tiene poder de convocatoria y puede articular a los distritos para impulsar transformaciones sistémicas, si existe una visión clara de futuro”, afirma.

En esa línea, Alegre subraya que la sostenibilidad urbana requiere algo más que voluntad. “Apostar por una ciudad sostenible requiere liderazgo, articulación y una visión de futuro que no se limite al corto plazo ni a una sola gestión”, sostiene.

A 491 años de su fundación, Lima enfrenta un momento decisivo en la definición de su futuro urbano. De cara a su quinto centenario, la sostenibilidad de la capital dependerá de su capacidad para ordenar su crecimiento, reducir sus impactos ambientales, cerrar desigualdades territoriales y consolidar una gobernanza metropolitana que convoque, articule y sostenga decisiones en el tiempo, no como un gesto conmemorativo, sino como un compromiso político real con las generaciones que habitarán la ciudad que hoy se sigue construyendo.



“Ser un profesional con propósito significa conectar tu necesidad individual de trascender con el valor positivo que generas para el grupo”

Concepción Galdón, vicedecana de Empresa con Propósito de IE Business School, reflexiona, en entrevista con *Stakeholders*, sobre la colaboración como base del éxito humano y empresarial, el verdadero sentido del propósito —individual y corporativo— y los retos que enfrentan las organizaciones en un contexto social cada vez más exigente.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

En un contexto cada vez más individualista, usted afirma que el éxito humano es colectivo. ¿Qué consecuencias tiene esta desconexión con los demás, tanto a nivel personal como empresarial?

Lo primero es entender qué significa ser humano y cómo hemos evolucionado. Durante milenios, las personas que no colaboraban no sobrevivían. La colaboración ha sido uno de los factores fundamentales del éxito del ser humano como especie.

La individualidad siempre ha existido, pero dentro de un grupo. Ninguno puede tener éxito en un contexto que va mal o rodeado de personas a las que les va mal. Por eso digo que el éxito individual es, en realidad, éxito colaborativo y éxito de la comunidad.

¿Cómo se traslada esta idea al mundo corporativo, donde a menudo se contraponen lo individual y lo colectivo?

Es importante no caer en una lógica de blanco o negro. No es cierto que si importa el colectivo, el individuo desaparece, ni que si importa el individuo, el colectivo deja de contar. La experiencia humana demuestra lo contrario. El éxito individual pasa por el éxito colectivo.

La responsabilidad individual siempre ha formado parte del éxito del grupo.



Concepción Galdón
Vicedecana de Empresa
con Propósito de IE
Business School

De hecho, los colectivos tienden a expulsar a quienes, de manera sistemática, se convierten en un lastre. No es algo ideológico, es algo profundamente humano y evolutivo.

¿Qué papel juega el propósito en ese equilibrio entre individuo y colectivo?

La individualidad no es contraria a la colectividad, ocurre dentro de ella. Y

eso es precisamente lo que articula el propósito.

Ser un profesional con propósito significa conectar tu necesidad individual de trascender —tu forma única de contribuir, de relacionarte y de dar sentido a lo que haces— con el valor positivo que generas para el grupo. El propósito es el puente entre lo personal y lo colectivo.

Hoy se habla mucho de propósito, pero no siempre es auténtico. ¿Cómo se identifica cuando es impuesto y no real?

Un propósito real nunca puede ser impuesto. Cuando lo es, no sirve para nada. Lo que hay entonces es un mandato, un objetivo externo, pero no un propósito.

El propósito auténtico es algo que uno descubre en sí mismo, que le da resiliencia, fuerza y una brújula para tomar decisiones. En una sociedad donde competimos constantemente por el tiempo y la atención, el propósito te ayuda a decidir a qué dedicar tu energía y por qué.

¿Qué diferencia a un profesional con propósito de uno que no lo tiene?

Desde fuera se nota muchísimo. Un profesional con propósito entiende que su trabajo importa y qué importa que sea él quien lo haga.

No es lo mismo pensar “alguien hará este trabajo” que reconocer que hay algo en la energía, la pasión y la manera de estar de esa persona que marca la diferencia. Eso no se puede sustituir fácilmente.

¿Cómo pueden las empresas identificar su propósito real y evitar que se quede en un discurso vacío?

El propósito de una empresa no se fabrica, se descubre. No se encuentra llamando a un consultor para crear una frase bonita, sino escuchando a empleados, clientes y stakeholders.

El propósito explica por qué es legítimo que una empresa capture valor, porque antes genera valor y es un miembro valioso de la comunidad en la que opera. Cuando una empresa prioriza la captura de valor sobre la generación de valor, pierde legitimidad.



En IE Business School trabajan con el modelo THERE. ¿Cómo se aplica este enfoque en las organizaciones?

THERE es un acrónimo de descubrir, alinear, realizar y evolucionar. Una empresa debe descubrir cuál es su forma única de contribuir; alinear sus políticas, decisiones y líneas de negocio con ese propósito; realizarlo a través de acciones concretas; y evolucionar, porque el contexto cambia.

Las organizaciones no se transforman en algo opuesto a lo que son, pero sí evolucionan desde su identidad, igual que lo hacemos las personas.

¿Qué cambios sociales están obligando a las empresas a replantear su propósito?

Hoy la sociedad ya no acepta como una fatalidad que una empresa maltrate a sus empleados, contamine o contribuya a la desigualdad. Antes se asumía; ahora se asigna responsabilidad donde corresponde.

Los clientes demandan salud, entornos limpios, justicia social y coherencia. Eso está cambiando la manera de liderar, de tomar deci-

siones y de entender la responsabilidad empresarial.

¿Cómo se equilibra el propósito personal con el propósito de la empresa a lo largo de la vida profesional?

No es necesario que coincidan al 100%, pero sí que estén alineados. Es muy difícil sostener una relación a medio plazo cuando el propósito personal y el empresarial van en direcciones opuestas.

El propósito también sirve para saber cuándo seguir intentando cambiar las cosas y cuándo ha llegado el momento de tomar otra decisión profesional.

Para cerrar, ¿qué mensaje le daría a empresas y accionistas?

No hay incoherencia entre trabajar desde el propósito y proteger los intereses de los accionistas. Al contrario, cuanto más valor genera una empresa desde un propósito auténtico, más valor puede capturar.

Una empresa con propósito genera más valor para empleados, clientes y sociedad, y también para sus propietarios, siempre que ese propósito sea real y no una frase vacía en una web.

“No se necesita estar de acuerdo en todo para empezar a trabajar juntos y generar confianza”

Tras su participación en el Foro Económico Mundial de Davos, Felipe Valencia-Dongo, socio principal de Grupo Estrategia, reflexiona en entrevista con *Stakeholders* sobre las oportunidades que enfrenta el Perú en un contexto global marcado por la inteligencia artificial, la transición energética y la erosión de la confianza entre actores públicos, privados y sociales.

POR DENISSE TORRICO

dtorrico@stakeholders.com.pe

¿Qué significado tuvo su participación en Davos y qué mensaje cree que el Perú debe transmitir hoy al mundo?

Davos es el principal espacio de diálogo entre gobiernos, empresas y sociedad civil. Este año reunió a más de 3 000 participantes de 130 países, incluidos más de 60 jefes de Estado, lo que lo convierte en el segundo evento con mayor representación global después de las Naciones Unidas.

El lema fue “Un espíritu de diálogo”, y las discusiones giraron en torno a cinco grandes preguntas: cómo cooperar más, invertir más en las personas, crecer de manera sostenible, innovar a escala y construir un planeta más sostenible. Para países como el Perú, estos espacios son clave porque permiten identificar las principales tendencias globales y traducirlas en retos y oportunidades concretas.

¿Cuáles fueron los principales temas abordados y qué oportunidades identifica para el Perú?

El tema central de Davos fue la inteligencia artificial. Se discutió no solo como una oportunidad tecnológica, sino como una herramienta para resolver problemas sociales. Satya Nadella, CEO de Microsoft, planteó que para que la inteligencia artificial sea socialmente aceptada debe contribuir activamente



Felipe Valencia-Dongo
Socio principal de Grupo Estrategia

a resolver desafíos en educación, salud y emprendimiento.

Además, se habló del enorme consumo energético que implica esta tecnología. La inteligencia artificial requiere grandes cantidades de energía y cobre. Esto representa una oportunidad estratégica para el Perú, que posee la segunda

mayor reserva de cobre del mundo. El planeta ya necesitaba este recurso por la transición energética, y ahora lo necesita también por el avance de la inteligencia artificial.

La inteligencia artificial también genera debates sobre riesgos y amenazas. ¿Cómo puede el Perú aprovechar-

la de manera responsable?

La inteligencia artificial ofrece enormes oportunidades, pero también plantea desafíos como el consumo de energía o la transformación del mercado laboral. En ese contexto, una idea clave planteada por Larry Fink, CEO de BlackRock, es que los países que más se beneficiarán no serán necesariamente los que desarrollen la tecnología, sino aquellos que la difundan y la utilicen de manera efectiva.

El Perú aún está a tiempo de subirse a esta ola. Quizás no podamos competir en el desarrollo de tecnologías de punta, pero sí en su adopción y uso para resolver problemas sociales. Esa es una oportunidad real y alcanzable para el país.

Tras participar en un panel sobre confianza, ¿qué factores cree que están erosionando la confianza en el Perú y a nivel global?

La erosión de la confianza es un fenómeno global. En el panel “Redescubriendo la confianza”, en el que participé junto a representantes de África y expertas en comunicación, se evidenció que la desconfianza entre actores públicos, privados y sociales es una tendencia mundial, que también afecta al Perú.

Uno de los mensajes centrales que compartí es que no se necesita estar de acuerdo en todo para empezar a trabajar juntos. Muchas veces se intenta resolver todas las diferencias antes de colaborar, lo cual es inviable. La confianza se construye trabajando juntos en objetivos concretos, como resolver un problema de agua, mejorar una carretera o ampliar el acceso a servicios básicos.

¿Qué rol deben asumir las empresas en la construcción de confianza?

Desde el sector empresarial exis-



te cada vez mayor claridad sobre la importancia de construir relaciones sólidas con comunidades y *stakeholders*, tanto a nivel nacional como territorial. Esto implica, en primer lugar, entender profundamente el territorio, sus necesidades, expectativas y dinámicas.

También supone analizar cómo la cadena de valor puede generar desarrollo local, por ejemplo, a través de programas de proveeduría local, así como fortalecer el vínculo con los trabajadores y sus familias. Además, es clave dar voz a la mayoría silenciosa que suele estar a favor de la inversión, pero no siempre se expresa públicamente.

En un contexto preelectoral, ¿qué riesgos y desafíos identifica para la confianza institucional del país?

Entre los principales riesgos globales se encuentran la confrontación geoeconómica, la desinformación y la polarización social. Estos tres factores son especialmente relevantes para el Perú en un contexto electoral.

La desinformación y las noticias falsas erosionan gravemente la confianza social, por lo que todos los actores —medios, empresas, Estado y ciudadanía— tenemos la responsabilidad de contenerlas. Asimismo, la polarización puede reducirse si somos capaces de trabajar juntos a pesar de tener ideas distintas.

¿Cómo se relaciona la confianza con el crecimiento y la inversión?

La confianza no es un concepto abstracto. Es una condición necesaria para que los proyectos avancen, para que se genere inversión y para que el país progrese. Las oportunidades que hoy tiene el Perú, vinculadas a la transición energética y a la inteligencia artificial, solo podrán aprovecharse si existe trabajo conjunto entre los distintos actores.

Existe además un sentido de urgencia. Si el país no aprovecha hoy sus ventajas comparativas, como sus recursos minerales, corre el riesgo de que esas oportunidades desaparezcan, tal como ocurrió en el pasado con el guano. La confianza es clave para no repetir esa historia.

Finalmente, ¿qué reflexión se lleva tras su participación en Davos?

Aunque el Perú no sea una de las economías más grandes del mundo, el contexto global ofrece oportunidades reales para el país. Sin embargo, estas oportunidades solo se materializan si somos conscientes de ellas y trabajamos de manera constante y conjunta para aprovecharlas.

El desarrollo no depende de un solo actor. Solo a través de la colaboración entre sector público, privado y sociedad civil será posible transformar estas oportunidades en progreso sostenible para el país.

Más de 10 millones de peruanos carecen de servicio de salud, educación, vivienda y conectividad

El índice de pobreza multidimensional elaborado por la Universidad de Lima revela que la medición basada solo en ingresos deja fuera del radar a una parte sustancial de la población que enfrenta carencias estructurales.

Nuevas cifras de la pobreza multidimensional demuestran que la medición monetaria basada únicamente en ingresos no refleja las carencias estructurales que enfrentan millones de hogares peruanos en salud, educación, vivienda, empleo y servicios como agua potable, saneamiento y conectividad.

El Observatorio Económico, Financiero y Social de la Universidad de Lima presenta este índice, basado en la metodología de la Universidad de Oxford, en un año decisivo para el país, con elecciones presidenciales, congresales, regionales y municipales. El análisis revela que la pobreza en el Perú no es un fenómeno único, sino dos mapas que rara vez se superponen. Solo el 14 % de la población —alrededor de 4.8 millones de personas— es pobre tanto por ingresos como por carencias en servicios esenciales. En contraste, 6.2 millones de peruanos (18 %) enfrentan privaciones severas sin ser considerados pobres por ingresos; mientras que otros 4.6 millones (13.6 %) no logran cubrir una canasta básica, pese a contar con servicios básicos.

Brechas territoriales: la pobreza que no se ve

La desconexión entre mediciones se profundiza en el ámbito rural. La pobreza multidimensional alcanza el 69.3 % en zonas rurales, frente al 39.3 % de la pobreza monetaria. “En la sierra y la selva, las carencias en vivienda, agua segura, saneamiento o conectividad pesan más que el nivel de ingresos. La medición monetaria no logra capturar la magnitud de estas privaciones”,



explica Guillermo Boitano Castro, director de la Carrera de Economía de la Universidad de Lima.

Hablan las regiones

Loreto (62.3 %) y Puno (62.2 %) registran los niveles más altos de pobreza multidimensional del país. En Cusco, la pobreza multidimensional (49.1 %) casi triplica la monetaria (18.5 %), lo que evidencia que, incluso cuando los ingresos mejoran, las carencias estructurales persisten. En la costa urbana, en cambio, la vulnerabilidad se asocia al costo de vida y la infor-

malidad: en Lima Metropolitana, el 21 % de la población es pobre solo monetariamente; mientras que, en el Callao, la pobreza monetaria (33.9 %) duplica ampliamente la multidimensional (11.5 %).

Retrocesos en salud, vivienda, educación y conectividad

Entre 2018 y 2024, el estudio evidencia un deterioro sostenido en dimensiones clave del bienestar, especialmente en zonas rurales. La población con al menos un problema de salud crónico aumentó 2.4 % a nivel nacional, pero en el ámbito rural el incremento fue casi seis veces mayor que en el urbano. Además, creció la carencia de atención médica en estas áreas, generando un riesgo acumulado que afecta principalmente a hogares alejados de los centros urbanos.

Las brechas también son marcadas en vivienda, educación y conectividad. En 2024, el 83.2 % de los hogares rurales presentaba mala condición habitacional, frente al 26.8 % en zonas urbanas. En educación, el 70.2 % de la población rural registra retraso educativo, más del doble que en el área urbana (31.4 %). En acceso a internet, cerca del 10 % de la población de la sierra y la selva carece de conexión, frente al 2 % en la costa.

El estudio destaca que la pobreza multidimensional refleja mejor cómo las personas experimentan la pobreza que la medición monetaria. Su mayor correlación con la percepción ciudadana permite identificar territorios invisibilizados, distinguir tipos de pobreza y orientar políticas públicas diferenciadas según región.

Merco Responsabilidad ESG 2025: las empresas más responsables en el Perú

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) presentó su más reciente ranking de Responsabilidad ESG, el cual evalúa el desempeño medioambiental, social y de gobierno corporativo en las empresas peruanas.

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa presentó el miércoles 11 de febrero el Ranking Merco Responsabilidad ESG 2025, una de las mediciones más relevantes sobre desempeño ESG en el Perú. En su décimo cuarta edición, la consultora evaluó a 57 empresas de 36 sectores económicos, con el objetivo de identificar a las organizaciones con mayores niveles de compromiso en sostenibilidad.

El ranking no solo mide indicadores internos; analiza la percepción del entorno sobre la responsabilidad empresarial frente al medio ambiente, el impacto social y la ética corporativa. La lista Top 100 incluye exclusivamente a las compañías que superaron el umbral mínimo de 3000 puntos en la evaluación, lo que establece un estándar exigente de desempeño reputacional.

Merco aplica una metodología multistakeholder que integra 26 evaluaciones y seis fuentes de información. El estudio recoge la opinión de directivos, expertos y población general, con un total de 43 215 encuestas realizadas en el país. Este enfoque permite contrastar la visión interna del sector empresarial con la percepción externa de distintos grupos de interés.

Dentro de su décimo cuarta edición, el reporte destaca al Banco de Crédito del Perú (BCP), organización que ocupa el primer lugar, por primera vez. Le siguen Natura Cosméticos (2°), BBVA (3°), Interbank (4°) y Ferreycorp (5°). Asimismo, AJE se destaca como nuevo ingreso en el top de las 10 empresas más responsables del Perú.



La edición 2026 consolida al ranking como un referente para medir la reputación corporativa en materia ESG en el mercado peruano. En un contexto donde inversionistas, consumidores y reguladores exigen mayor transparencia y sostenibilidad, los resultados funcionan como un ter-

mómetro del compromiso empresarial con estándares ambientales, sociales y de gobernanza cada vez más estrictos.

A continuación conoce las 10 empresas más responsables del Perú, según el ranking Merco ESG 2025.

Dentro del Top 10, dos empresas se mantuvieron en su posición respecto al año pasado, mientras cinco subieron. Asimismo, tres marcas disminuyeron.

Puesto	Empresa	Puntuación	Posición 2025
1	Banco de Crédito del Perú (BCP)	10.000	Sube (2°)
2	Natura Cosméticos	9.420	Sube (4°)
3	BBVA	9.252	Se mantiene
4	Interbank	9.063	Baja (1°)
5	Ferreycorp	9.039	Sube (7°)
6	Nestlé	8.472	Sube (8°)
7	Alicorp	8.447	Baja (6°)
8	Backus AB InBev	8.328	Baja (5°)
9	Cementos Pacasmayo	8.260	Se mantiene
10	AJE	8.238	Sube (13°)

Crespo: minería responsable a gran altura, que crea valor hoy pensando en el mañana

Desarrollar una operación minera aurífera a más de 5000 metros sobre el nivel del mar no es únicamente un reto técnico; es una decisión estratégica que exige responsabilidad, visión de largo plazo y un firme compromiso con las personas y el entorno. En Crespo asumimos este desafío convencidos de que la minería moderna debe generar valor compartido y sostenible.

Desde la etapa constructiva del proyecto, adoptamos un gobierno corporativo sólido como base de la toma de decisiones. Integramos la gestión de riesgos en cada proceso y adoptamos estándares nacionales e internacionales que fortalecen nuestra transparencia y sostenibilidad. Ser signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas reafirma nuestra decisión de alinear nuestras operaciones con sus Diez Principios Universales y de contribuir activamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.



Por Edgardo Orderique Luperdi
Gerente general Compañía Minera Crespo

En materia ambiental, hemos demostrado que es posible construir una operación para operarla responsa-

blemente incluso en ecosistemas de especial valor para la biodiversidad e implementando estándares más allá, de los compromisos ambientales de nuestro EIA. Implementamos un Sistema de Gestión Ambiental alineado a la norma ISO 14001:2015, que integra el control operativo, el cumplimiento legal y la mejora continua. A través de nuestro programa de forestación y revegetación Raíces del Futuro, hemos logrado forestar 700 especies nativas de queñua con la meta de llegar a 2000 plantaciones, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad y a la protección del entorno altoandino.

La gestión responsable del agua es otra de nuestras prioridades. Realizamos monitoreos ambientales periódicos y acciones de protección de las fuentes hídricas en el área de influencia del proyecto, convencidos de que la prevención y el control de impactos ambientales, mediante planes



de manejo y seguimiento de indicadores, son fundamentales para la sostenibilidad de la operación.

El componente social ocupa un lugar central en nuestra gestión. Creemos que el desarrollo solo es posible cuando se generan oportunidades reales para las personas. A través del programa Uayki, implementado en las dos instituciones educativas de los anexos de Tambo Wankarama y Yuraq Kancha, hemos facilitado el acceso a más de 100 000 recursos digitales y cursos de certificación docente, beneficiando directamente a estudiantes y profesores para fortalecer la educación local.

Asimismo, mediante nuestro programa Línea Amarilla, hemos capacitado a 60 jóvenes de

nuestra área de influencia en el manejo de maquinaria pesada, ampliando sus posibilidades de inserción laboral tanto en nuestras operaciones como en otros sectores productivos.

En la provincia de Chumbivilcas, donde la crianza de camélidos es una de las principales actividades económicas, implementamos un Programa de Saneamiento Animal que, en coordinación con promotores locales, ha permitido realizar 15 000 atenciones sanitarias a llamas y alpacas, contribuyendo a mejorar la productividad y la calidad de vida de las familias ganaderas.

Hoy, tras haber concluido nuestra etapa constructiva y encontrarnos próximos al inicio de operaciones, reafirmamos que el éxito de una operación minera no se mide únicamente en resultados productivos, sino en la confianza que construye, en el impacto positivo que genera y en su capacidad de crear valor hoy sin comprometer el mañana.

En Crespo, entendemos la minería como una oportunidad para impulsar desarrollo, fortalecer relaciones y contribuir de manera responsable al progreso del país, con la mirada puesta en el presente y el compromiso con las futuras generaciones.

“REAFIRMAMOS QUE EL ÉXITO DE UNA OPERACIÓN MINERA NO SE MIDE ÚNICAMENTE EN RESULTADOS PRODUCTIVOS”.



Backus y Cusqueña alcanzan hito histórico: 69.5 km de amunas recuperadas frente a la escasez hídrica

Con más de 69 kilómetros de amunas restauradas, la compañía consolida uno de los proyectos de infraestructura natural más destacados del país. Este sistema preincaico de más de 1400 años vuelve hoy a ser una de las soluciones más efectivas frente a la crisis del agua.

Backus anunció la recuperación de 69.5 kilómetros de amunas, marcando un hito para el Perú al devolver vida a este sistema ancestral de recarga hídrica que fortalece la seguridad del agua para miles de peruanos. Este logro es clave dentro de la estrategia de sostenibilidad de la compañía y refleja su compromiso con soluciones basadas en la naturaleza.

El proyecto comenzó en 2018 junto a aliados como The Nature Conservancy (TNC), Aquafondo y las comunidades de San Pedro de Casta, San Lorenzo de Huachupampa, San Juan de Iris, Santiago de Carampoma y, más recientemente, Huanza.

Con más de 1400 años de historia, las amunas han demostrado que el conocimiento ancestral puede ser una respuesta poderosa frente a la escasez hídrica, combinando tradición, innovación y trabajo compartido.

Un impacto que se multiplica en las comunidades

Gracias a la restauración de los 69.5 kilómetros de canales, se han infiltrado más de 13.5 millones de metros cúbicos de agua —equivalentes a 3200 piscinas olímpicas—, beneficiando a más de 146 000 personas y a 4500 hectáreas de cultivos. Este trabajo contribuye directamente a fortalecer la resiliencia climática, asegurar agua para el consumo humano, la agricultura y la biodiversidad, y recuperar el

legado de las comunidades que han preservado este sistema a lo largo de generaciones.

“Alcanzar los 69.5 kilómetros de amunas restauradas es un orgullo para toda la compañía y para todas las comunidades con las que hemos trabajado. Es una prueba de que proteger el agua es proteger el futuro del Perú y que la sostenibilidad es el corazón de nuestra gestión”, señaló Jean Carlo Martínez, director de Sostenibilidad y Compras de Backus.

El proyecto de amunas se ha convertido en un ejemplo de cómo la colaboración entre comunidades, organizaciones ambientales y la empresa privada puede generar resultados reales y de largo plazo. Este modelo, nacido en los Andes, ya es una referencia para otras regiones del país y del mundo que buscan soluciones naturales para enfrentar la escasez de agua.

Desde este año, la iniciativa incorpora un mecanismo de participación ciudadana a través de su marca Cusque-



ña: por cada botella comprada, la marca realiza un aporte directo al proyecto, convirtiéndose en la primera marca de Backus a nivel global en llevar un sello de impacto hídrico tangible en sus etiquetas.

El mundo conoce el legado de las amunas

Este hito llega poco después del estreno del documental "Our Blue World", narrado por Liam Neeson, que llevó a las amunas al escenario global. La producción destacó cómo el Perú está recuperando

una solución ancestral que combina ciencia, tradición y compromiso social. Su transmisión en señal abierta permitió que miles de peruanos conocieran el impacto de este proyecto y el valor de cuidar el agua.

Backus seguirá impulsando iniciativas que generen valor ambiental, social y económico. Desde la semilla hasta la botella, la compañía seguirá trabajando para construir un futuro más sostenible, con más agua y con más motivos para brindar.

"BACKUS SEGUIRÁ IMPULSANDO INICIATIVAS QUE GENEREN VALOR AMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICO. DESDE LA SEMILLA HASTA LA BOTELLA".



Komatsu-Mitsui marca un hito histórico en ingeniería ensamblando la pala más grande del Perú

La compañía ensambló y puso en marcha la pala eléctrica de cables Komatsu Modelo P&H 4800XPC, para la operación de Antamina. Con esta entrega se completan 8 unidades operando en el mundo. El equipo eleva la eficiencia del carguío al permitir hasta 135 toneladas cortas por pase y reducir ciclos operativos.

Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú informó que concluyó con éxito el ensamblaje y entrega de la pala eléctrica de cables P&H 4800XPC, la de mayor tamaño y capacidad actualmente en operación en el país, para su incorporación en la operación de Antamina. El proyecto se completó en 88 días, adelantándose 21 días del cronograma estipulado, un logro que la empresa atribuye a la planificación integrada, el control diario de avances y la coordinación estrecha con el cliente y nuestros equipos de campo.

Así, el proceso marcó un precedente para el sector, “Es la primera vez que un equipo de estas características se ensambla íntegramente en el Perú. Para Komatsu-Mitsui, esto refleja la madurez técnica del equipo local y la capacidad para ejecutar proyectos de alta complejidad bajo estándares internacionales de seguridad y calidad. Un verdadero hito de ingeniería para la compañía”, resalta Julio Molina, presidente ejecutivo de Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú.

Mayor capacidad y eficiencia operativa

El modelo P&H 4800XPC, con un peso aproximado de 1,800 toneladas y una altura de 23 metros, permite cargar hasta 135 toneladas cortas por pase, lo que representa entre 30 y 35 toneladas adicionales frente a equipos actualmente en operación en territorio

peruano. Gracias a esta mayor capacidad, la pala puede completar el carguío de un camión Ultra class en solo tres pases, frente a los 3.5 requeridos anteriormente, optimizando los ciclos de carguío y reduciendo tiempos operativos.

En un contexto de minería a gran escala, este tipo de mejoras inciden directamente en la productividad por

hora de las operaciones mineras, ya que disminuyen los “tiempos muertos” y hacen más eficiente el movimiento de grandes volúmenes de material.

Además de su impacto en productividad, la pala incorpora sistemas avanzados de control operacional que permiten un movimiento más preciso y controlado del cucharón durante la



Julio Molina
Presidente ejecutivo
de Komatsu-Mitsui
Maquinarias Perú

descarga del material en la tolva de los camiones, reduciendo los riesgos asociados a la maniobra y contribuyendo a una operación más segura.

Por su parte, la cabina ha sido diseñada bajo criterios ergonómicos, con mayor visibilidad y mejores condiciones para el operador, lo que no solo mejora el desempeño, sino que también reduce la fatiga y los riesgos asociados a jornadas prolongadas.

El equipo cuenta además con tecnologías de control adaptativo, monitoreo de vibraciones y sistemas de mitigación de colisiones que ayudan a proteger componentes críticos, prolongar la vida útil de la máquina y disminuir costos de mantenimiento no programado.

Un ensamblaje con altos estándares de seguridad

El proceso de ensamblaje registró



cero accidentes, un indicador clave en proyectos de esta magnitud. “Para nosotros, este resultado es consecuencia de una gestión rigurosa de seguridad, supervisión per-

manente y cumplimiento estricto de procedimientos de fábrica.

El proyecto involucró a un equipo multidisciplinario de Komatsu-Mitsui y Antamina compuesto por jefes de proyecto, ingenieros de planificación y servicio, inspectores de calidad, supervisores mecánicos, eléctricos y de seguridad, así como técnicos especializados, además del soporte constante de la fábrica”, detalló Julio Molina, presidente ejecutivo de Komatsu-Mitsui Maquinarias Perú.

Este enfoque permitió fortalecer las competencias técnicas del equipo peruano, incrementar su autonomía y dejar capacidades instaladas para futuros proyectos de alta complejidad en el país.

La puesta en marcha de esta pala forma parte de un despliegue progresivo que contempla el ensamblaje de dos equipos adicionales del mismo modelo para la operación de Antamina durante 2026 y enero de 2027, capitalizando la experiencia adquirida en este primer proyecto.

“EL RESULTADO ES CONSECUENCIA DE UNA GESTIÓN RIGUROSA DE SEGURIDAD, SUPERVISIÓN PERMANENTE Y CUMPLIMIENTO Estricto DE PROCEDIMIENTOS DE FÁBRICA”.



Entel impulsa la cogeneración solar para hacer más sostenible su red en el país

La compañía impulsa la cogeneración solar en su red para optimizar el consumo energético y reducir su huella de carbono, con proyectos piloto en distintas regiones y planes de expansión a nivel nacional en 2026.

En línea con su compromiso por construir una red más eficiente y sostenible, Entel avanza con su iniciativa de cogeneración de energía solar, un esquema híbrido que combina energía solar con energía de red para optimizar el consumo eléctrico en sus operaciones. En este modelo, los paneles solares generan energía durante el día para abastecer parte del consumo del sitio, mientras que la red eléctrica complementa la demanda cuando la generación solar no es suficiente.

Actualmente, la compañía cuenta con tres proyectos piloto en Huánuco, Arequipa e Ica, donde ha logrado ahorros anuales de entre 16 % y 22 %, junto con una reducción significativa de su huella de carbono. En el caso de Arequipa, por ejemplo, el 32 % del consumo total del sitio ya proviene de generación solar, evitando la emisión de 2.8 toneladas de CO₂e al año.

La implementación de cada sistema que considera un arreglo de diez paneles solares se realiza en solo tres semanas, demostrando que la sostenibilidad puede ser también una apuesta eficiente y escalable.

Tras los resultados obtenidos, Entel se prepara para replicar este modelo en 80 nuevos sitios durante el 2026, ubicados en nueve regiones del país: Áncash, Arequipa, Ica, La Libertad, Ayacucho, Cajamarca, Junín, Lambayeque y Piura. Con esta expansión, la empresa proyecta reducir 270 toneladas de CO₂e al año.



“Queremos que cada avance tecnológico también signifique un paso hacia un futuro más limpio. Con la cogeneración solar, hacemos más eficiente nuestra red y aportamos al desarrollo sostenible del país”, señaló Israel Vega, gerente de Construcción e Infraestructura de Entel.

Con este tipo de proyectos, Entel reafirma su propósito de acercar lo mejor de la tecnología para transformar la vida de las personas, impulsando una conectividad más responsable con el entorno.

“QUEREMOS QUE CADA AVANCE TECNOLÓGICO TAMBIÉN SIGNIFIQUE UN PASO HACIA UN FUTURO MÁS LIMPIO”.



ISA ENERGÍA inicia operación comercial del sistema de transmisión en el proyecto minero San Gabriel

La nueva infraestructura eléctrica refuerza el suministro energético del proyecto minero San Gabriel e incorpora tecnología basada en inteligencia artificial para elevar los estándares de seguridad, eficiencia operativa y sostenibilidad en el sur del país.

Con una inversión de US\$ 27 millones, ISA ENERGÍA, a través de su empresa Consorcio Transmantaro, puso en operación comercial la Línea de Transmisión en 220 kilovoltios entre la Subestación Chilota y la nueva Subestación San Gabriel, obra ejecutada para la compañía Minas Buenaventura, propietaria del proyecto minero San Gabriel, ubicado en Moquegua.

El proyecto comprendió el diseño, financiamiento, construcción, operación, mantenimiento y transferencia de las obras de transmisión, destacando la ampliación de la Subestación Chilota, la instalación de 49.9 kilómetros de línea de transmisión en 220 kV y la construcción de la Subestación San Gabriel.

Esta infraestructura eléctrica constituye un hito para el fortalecimiento del sector minero nacional, al permitir la energización de una de las operaciones subterráneas más relevantes del sur del país. El proyecto minero San Gabriel, con una altitud de 4900 m.s.n.m., aportará significativamente a la economía nacional y al desarrollo de una minería moderna, segura y sostenible.

Innovación y tecnología para una operación más segura

Durante la ejecución del proyecto, ISA ENERGÍA implementó un sistema de inspección en seguridad y salud en el trabajo basado en inteligencia artificial (IA), mediante cámaras capaces de identificar condiciones de riesgo



en tiempo real. Esta tecnología refuerza la gestión preventiva, optimiza los tiempos de respuesta y consolida la cultura de seguridad dentro de las operaciones.

“La puesta en operación comercial de la línea de transmisión para el proyecto San Gabriel marca un hito para ISA ENERGÍA, no solo por el desafío que implicó, sino porque nos permitió aplicar tecnología de vanguardia para reforzar que primero es la vida. Este logro refleja nuestro orgullo de aportar soluciones seguras, innovadoras y confiables que generan valor para nuestros clientes y para el desarrollo energético y económico del Perú”, explicó Cristian Remolina, gerente general de ISA ENERGÍA.

Un proyecto minero clave para el sur del país

El proyecto minero San Gabriel (100 % propiedad de Buenaventura) es una

operación subterránea que producirá oro y plata. El proyecto, ubicado en el distrito de Ichuña, provincia de Sánchez Cerro, región Moquegua, cuenta con un Estudio de Impacto Ambiental aprobado desde 2017 y continúa avanzando en su desarrollo con estudios de prefactibilidad.

Su potencial lo convierte en uno de los principales impulsores del crecimiento minero sostenible en el sur del Perú.

ISA ENERGÍA es un actor estratégico del sector eléctrico peruano, comprometido con la integración energética nacional y regional, la seguridad operacional y la sostenibilidad. Desde su experiencia y liderazgo, impulsa el desarrollo de una infraestructura eléctrica moderna, confiable y responsable con el entorno, reafirmando su propósito de ser la energía que da vida a la transición hacia un futuro más sostenible.

SKY Airline evitó 1.2 millones de toneladas de CO₂ desde 2018

La compañía redujo en 26.4 % las emisiones de CO₂ por pasajero en los últimos 8 años. Este avance se sustenta en una estrategia de eficiencia operacional que combina tecnología de flota, inteligencia artificial y prácticas de vuelo eficiente.

En el marco del Día Mundial por la Reducción de las Emisiones de CO₂, SKY Airline informó que, desde 2018, ha logrado evitar más de 1.2 millones de toneladas de CO₂, como resultado de una estrategia integral de eficiencia operacional y sostenibilidad. Esta reducción equivale a 50 556 vuelos en la ruta Santiago-Lima (SCL-LIM).

Desde 2018, la aerolínea inició el recambio completo de su flota con aeronaves Airbus A320neo, reconocidas por su mayor eficiencia en consumo de combustible y menor nivel de emisiones. Gracias a este proceso, SKY ha alcanzado una reducción acumulada de 29.8 % en las emisiones por asiento y de 26.4 % en las emisiones por pasajero entre 2018 y 2025.

“El recambio de flota fue un punto de inflexión clave para reducir nuestras emisiones. Sin embargo, hoy estamos en una etapa más madura, donde el desafío ya no es solo contar con aviones más eficientes, sino seguir avanzando con medidas complementarias que nos permitan optimizar cada fase de la operación aérea”, explicó Marco Larson, de Sostenibilidad de SKY.

En ese contexto, la compañía ha profundizado una cultura organizacional orientada a la eficiencia, incorporando prácticas operacionales adicionales que permiten seguir reduciendo el consumo de combustible y la intensidad de emisiones. Entre ellas, destacan el uso de un solo motor durante el desplazamiento en tierra antes del despegue y después del aterrizaje, la reducción del uso de la unidad auxiliar de potencia (APU) mientras la aeronave se encuentra en



tierra y la optimización del peso transportado mediante una gestión eficiente del payload, que permite ajustar el peso y balance de la aeronave en función de cada vuelo, optimizando su desempeño y consumo de combustible.

A estas medidas se suma el uso de SITA OptiClimb, un software basado en Machine Learning, que optimiza el perfil de ascenso de cada aeronave. Esta herramienta, que analiza variables como clima, viento, temperatura y peso del avión, representa cerca del 59 % del ahorro total de combustible derivado de iniciativas operacionales, consolidándose como el proyecto de mayor impacto en esta materia.

“La eficiencia operacional es un componente permanente de nuestra gestión. Medimos, reportamos y mejoramos continuamente para avanzar hacia una operación cada vez más eficiente, con menor impacto ambiental y mayor rentabilidad”, agregó Larson. El impacto de estas acciones se refleja también en comparaciones concretas a nivel regional. Por ejemplo, un viaje en automóvil entre Lima y Piura genera en promedio 76.9 gramos de CO₂ por pasajero kilómetro, frente a una reducción cercana

al 10% cuando el trayecto se realiza en aeronaves Airbus neo de SKY, evidenciando cómo la tecnología de flota, combinada con prácticas operacionales eficientes, contribuye a una menor huella ambiental.

Actualmente, la adopción de prácticas de vuelo eficiente en SKY supera el 90 %, reflejando una cultura corporativa donde la sostenibilidad forma parte integral de los procesos operacionales de la compañía.

“En SKY entendemos la sostenibilidad como el resultado de una combinación de tecnología, procesos y personas. Si bien el recambio de flota fue un paso fundamental, hoy estamos en una etapa más madura, donde no nos conformamos con las medidas tradicionales de reducción que ya implementamos, sino que seguimos incorporando prácticas complementarias para optimizar nuestra operación. Por eso medimos, reportamos y comunicamos de manera transparente la conversión del ahorro de combustible en emisiones evitadas, avanzando hacia una operación cada vez más eficiente y con menor impacto ambiental”, señaló Marco Larson, encargado de Sostenibilidad de SKY.

Primax fortalece el liderazgo femenino con su programa “Mujeres Estrella”

Actualmente, el 40 % de los cargos de liderazgo en la multilatina del sector energético son ocupados por mujeres. Con este programa, la compañía cuenta con una tasa de retención femenina superior al 80 %.

En línea con su compromiso por promover la equidad de género y el desarrollo del talento femenino en el sector energético, Primax continúa consolidando su programa “Mujeres Estrella”, una iniciativa que impulsa el crecimiento personal y profesional de sus colaboradoras a nivel nacional.

Actualmente, el talento femenino de la compañía representa aproximadamente el 67.4 % de su fuerza laboral total. Esta alta participación se refleja también en los espacios de toma de decisión, donde el 40 % de las posiciones de liderazgo —entre gerencias, jefaturas y cargos estratégicos— son ocupadas por mujeres.

Implementado en el 2021, el programa “Mujeres Estrella” ha tenido un impacto sostenido en la organización. Gracias a su acompañamiento continuo, el programa registra una tasa de retención superior al 80 %, reflejando su aporte a la estabilidad y proyección del talento femenino dentro de la compañía.

La iniciativa ofrece talleres enfocados en bienestar emocional, liderazgo y empoderamiento femenino, coaching y autoconocimiento, así como gestión del tiempo y balance entre la vida personal y laboral. La efectividad del programa se mide mediante encuestas de satisfacción, evaluaciones posteriores a cada taller y el seguimiento de indicadores de desempeño y desarrollo profesional.

Como resultado de este enfoque integral, 30 mujeres lograron avanzar en su línea de carrera durante el 2025,



ya sea a través de promociones, movimientos internos o nuevas responsabilidades, evidenciando el impacto concreto del programa en su crecimiento profesional.

“El verdadero valor de ‘Mujeres Estrella’ está en las historias de transformación que vemos en nuestras colaboradoras, en su mayor confianza, liderazgo y proyección profesional. Apostar por la equidad de género no solo fortalece a las personas, sino también a la organización en su con-

junto”, señaló Gina Vega, gerente de asuntos corporativos de Primax.

De cara al 2026, la compañía proyecta ampliar el alcance del programa a nivel nacional, fortalecer los espacios de mentoría e integrar indicadores de equidad de género que permitan seguir midiendo y potenciando su impacto, reafirmando así su compromiso con una cultura organizacional inclusiva, donde el desarrollo del talento femenino sea un pilar para la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.



Toyota consolida su liderazgo por 34 años consecutivos en el mercado automotriz peruano

Toyota del Perú superó su récord de ventas del 2013 alcanzando una nueva cifra de 39 071 de unidades vendidas en el 2025 con una participación de mercado del 20 %, consolidando su liderazgo por 34 años consecutivos.

En un contexto donde la industria automotriz fue muy competitiva, Toyota del Perú reafirmó su posición como la marca número uno en ventas del país, alcanzando en 2025 la comercialización de 39 071 unidades y una participación de mercado del 20 %, reafirmando una vez más su liderazgo por 34 años consecutivos en el sector automotriz nacional.

De acuerdo con cifras de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), durante el 2025 se comercializaron 196 460 vehículos en el país, lo que representa un crecimiento de más de 24 % frente al 2024, reflejando una recuperación sostenida de la demanda y un entorno favorable para el desarrollo del mercado.

“Este sólido desempeño, se logró gracias a nuestras principales fortalezas: un amplio portafolio de vehículos diseñado para responder a distintas necesidades y estilos de vida; una oferta líder en tecnología híbrida, que impulsa una movilidad más eficiente y sostenible; una sólida red de concesionarios, con 48 puntos de atención a nivel nacional que nos permiten estar más cerca de nuestros clientes; y una alta capacidad de servicio y suministro de repuestos, garantizando una experiencia confiable antes, durante y después de la compra”, señaló Aldo Kobayashi, gerente ejecutivo comercial.

Liderazgo por segmentos y portafolio sólido

Durante el 2025, Toyota del Perú con-

tinuó fortaleciendo su portafolio con el lanzamiento de tres nuevos modelos en distintos segmentos: la nueva 4Runner en abril, la Hilux SRX en agosto y el GR Yaris en octubre, respondiendo a las tendencias del mercado y a las distintas necesidades de los usuarios.

La Toyota Hilux se mantuvo como el modelo más vendido de la marca, concentrando el 35 % de sus ventas totales y liderando el segmento de pick-ups. Su desempeño es especialmente relevante en sectores productivos como construcción, agroindustria, servicios y minería, donde Toyota alcanza más del 80 % de participación, consolidando su posición como aliado estratégico de estas industrias.

En el segmento SUV, Toyota alcanzó una participación de mercado del 19 %, siendo el Corolla Cross el modelo más vendido del segmento con 1604 unidades, reforzando su liderazgo en una de las categorías de mayor crecimiento del mercado. Asimismo, los modelos de entrada como Yaris, Rush y Avanza se posicionaron como líderes en sus respectivos segmentos y representaron en conjunto el 50 % de las ventas totales de la marca.

Adicionalmente, Toyota registró una penetración del 25 % de transmisiones automáticas en su portafolio, reflejando la evolución de las preferencias del consumidor hacia soluciones de conducción más cómodas y eficientes.

Liderazgo en electrificación y movilidad sostenible

Como parte de su compromiso con la movilidad sostenible, Toyota del Perú consolidó en 2025 su liderazgo en el segmento de vehículos electrificados, con la venta de 3549 unidades y una participación de mercado del 33 %. Esto significa que uno de cada tres vehículos electrificados vendidos en el país es Toyota, posicionando a la marca como el principal referente en electrificación en el Perú.

Dentro de este portafolio, el Corolla Cross híbrido se consolidó como el vehículo electrificado más vendido del mercado, seguido por la RAV4 híbrida, modelos que incorporan tecnología híbrida autorrecargable que no requiere infraestructura de carga externa, adaptándose a las condiciones y realidades del mercado local.

De cara al 2026, Toyota incorporará un nuevo modelo híbrido autorrecargable (HEV), un híbrido enchufable (PHEV) y un vehículo



“ESTE SÓLIDO DESEMPEÑO, SE LOGRÓ GRACIAS A NUESTRAS PRINCIPALES FORTALEZAS: UN AMPLIO PORTAFOLIO DE VEHÍCULOS DISEÑADO PARA RESPONDER A DISTINTAS NECESIDADES Y ESTILOS DE VIDA”.

100 % eléctrico (BEV), en línea con su estrategia de Múltiples Opciones Tecnológicas.

Cadena de valor y experiencia integral al cliente

Toyota del Perú fortaleció en 2025 su cadena de valor con una propuesta centrada en acompañar al cliente durante todo el ciclo de vida del vehículo. Uno de cada cuatro vehículos vendidos fue financiado a través del servicio de financiamiento “Toyota Life”, mientras que seis de cada diez clientes accedieron al “Seguro Toyota”, brindando de esta manera tranquilidad y seguridad a los clientes. A ello se suma “Toyota 10” la garantía de hasta 10 años o 200 000 kilómetros, que reafirma el compromiso de la marca con una experiencia de propiedad confiable, segura y de largo plazo. En cuanto a los servicios de movilidad, KINTO continuó ampliando

su alcance en el país. Durante el 2025, el nuevo servicio de leasing operativo KINTO One superó su meta, alcanzando 114 unidades acumuladas en operación. Asimismo, KINTO Share enfocó su gestión en tres pilares estratégicos: cliente interno, expansión a nivel nacional y fortalecimiento del reconocimiento de marca, logrando 4165 bookings y una tasa de ocupación del 46 %.

Proyecciones 2026

Para el 2026, Toyota del Perú proyecta mantener una participación de mercado del 20 %, continuar fortaleciendo su liderazgo en SUVs y electrificación, y expandir la conectividad a través de “Toyota Connect”, servicio que estará disponible en todo el line up, permitiendo a los clientes acceder a soluciones digitales y servicios conectados que elevan la experiencia de uso y propiedad del vehículo.

Asociación Ferreycorp alcanza más de 70 000 jóvenes capacitados a nivel nacional

Con presencia en diversas regiones del país, la iniciativa combina formación presencial y virtual, incorporando habilidades para la empleabilidad, liderazgo y compromiso ciudadano, con énfasis en la acción solidaria y el impacto comunitario.

La Asociación Ferreycorp viene capacitando a más de 70 000 estudiantes de universidades e institutos, fortaleciendo su desarrollo profesional y personal, a lo largo de sus casi tres décadas de trayectoria. A nivel nacional, su programa gratuito “Impulsando Talento con Valores”, promueve el desarrollo de competencias profesionales, la formación ética y la responsabilidad ciudadana entre los jóvenes, contribuyendo a prepararlos para impulsar el futuro del país.

Solo en el último año, la Asociación Ferreycorp impactó a más de 5500 jóvenes con su propuesta formativa en 19 regiones, destacando una amplia participación en ciudades como Lima, Arequipa, La Libertad y Lambayeque. La organización llevó a cabo 118 programas en universidades e institutos del país, con el respaldo de su equipo de 20 personas, conformado por una organización central y facilitadores especializados.

“Contribuir con la formación de los jóvenes no solo amplía sus oportunidades de crecimiento, es fundamental para impulsar el futuro del país, con profesionales íntegros que aportan al desarrollo y ejercen una ciudadanía activa desde sus diversas regiones. En la Asociación Ferreycorp desplegamos hace 28 años el esfuerzo por formar a los jóvenes con habilidades blandas, técnicas y sólidos valores, que los preparen para los retos del país”, resaltó Patricia Gastelumendi, gerente corporativa de Finanzas de Ferreycorp y directora de la Asociación Ferreycorp.



En jornadas de aprendizaje de tres días, los jóvenes se capacitaron en torno a los ejes de valores, empleabilidad y responsabilidad ciudadana, incluyendo ámbitos como liderazgo y desarrollo personal y socioambiental. En el último año, se sumaron temas como creatividad, democracia, trabajo colaborativo y marca personal. Destaca que cada jornada concluye con un “Desafío solidario”, que promueve acciones con impacto en sus comunidades o en el medio ambiente. Con este despliegue nacional, la corporación aporta a desarrollar valores e integridad entre los jóvenes del país.

Amplio alcance digital

Como complemento a las capacitacio-

nes presenciales, la Asociación Ferreycorp desarrolló una serie de talleres virtuales alineados a los principales contenidos de su programa. Asimismo, realizó transmisiones en vivo a través de su canal de YouTube, abordando temas diversos, como voto informado y contenidos utilitarios de empleabilidad. Estas transmisiones generaron más de 6000 reproducciones y 1600 conexiones en vivo, contribuyendo a ampliar el alcance de su propuesta.

Para conocer más sobre la Asociación Ferreycorp y sus actividades, puede visitar su sitio web (www.asociacionferreycorp.edu.pe) y buscar su página en Instagram, Facebook y LinkedIn como @asociacionferreycorp.

Día Mundial de Educación: escolares del Callao mejoran su orientación vocacional con programa educativo de DP World

La iniciativa permitió reducir de 15 % a 6 % la falta de claridad vocacional en estudiantes de secundaria y se complementa con el proyecto de aulas digitales en las instituciones educativas de la zona.



En el Día Mundial de la Educación, que se conmemora cada 24 de enero, la discusión sobre el acceso a la formación se amplía hacia otro desafío clave: la falta de orientación vocacional de los adolescentes. Frente a esta brecha, cada vez más empresas vienen desarrollando programas educativos que buscan acercar a los escolares al mundo del trabajo y ayudarlos a tomar decisiones informadas sobre su futuro académico y laboral.

En ese contexto, DP World, concesionaria del Muelle Sur del Puerto del Callao, viene desarrollando iniciativas orientadas a reducir la brecha de orientación vocacional entre los escolares. Una de ellas es su “Programa Global de Educación”, cuya edición 2025 benefició a 150 estudiantes de 4.º y 5.º de secundaria de los colegios Dos de Mayo y Nuestra Señora de Guadalupe, y logró reducir del 15 % al 6 % el porcentaje de jóvenes que no tenía claridad sobre qué hacer al finalizar el colegio.

El programa, desarrollado en alianza con Enseña Perú, se extendió por

seis semanas e incluyó 72 horas de formación enfocadas en autoconocimiento, habilidades socioemocionales y definición de metas personales. Como parte de la experiencia, los estudiantes visitaron las instalaciones de DP World en el Callao y recibieron acompañamiento de 97 voluntarios de la empresa, quienes compartieron sus trayectorias profesionales y acercaron a los escolares al mundo laboral.

Los resultados evidencian avances relevantes. La proporción de estudiantes que expresa con seguridad sus metas académicas y laborales aumentó del 9 % al 24 %, mientras que la intención de estudiar y trabajar al culminar la etapa escolar creció de 65 % a 75 %. Asimismo, la valoración del trabajo colaborativo se triplicó.

Por más de una década, DP World ha venido ejecutando varias iniciativas en el pilar de educación, con un enfoque especial en su programa “Aulas Digitales” que consiste en la mejora de infraestructura y dotación de equipamiento tecnológico para 7 escuelas chalcas.

Bajo la ejecución de este programa social, se ha impactado positivamente a cerca de 3300 niñas y niños en el Callao, quienes se benefician de espacios de aprendizaje modernos habilitándolos a acceder a una educación de calidad y mayores oportunidades de desarrollo.

“La educación es una herramienta clave para ampliar horizontes y reducir brechas. Desde el sector privado podemos cumplir un rol complementario, acercando experiencias y recursos que fortalezcan la formación de los jóvenes”, afirmó Cristina Lazo, directora de Asuntos Corporativos de DP World Perú, Ecuador y Colombia.

Como parte del compromiso con el desarrollo del Callao, DP World impulsa el financiamiento de un colegio para más de 7000 niños y niñas a través del mecanismo de Obras por Impuestos. Este proyecto educativo, actualmente en proceso de aprobación, busca generar un impacto real y sostenible en la comunidad, fortaleciendo el acceso a una infraestructura moderna y de calidad para las futuras generaciones.

Estas iniciativas se desarrollan en un contexto desafiante para el Callao, región que registra la mayor proporción de jóvenes que ni estudian ni trabajan en el país (27.7 %), y donde tres de cada cuatro jóvenes entre 17 y 24 años no acceden a educación superior, según cifras de Comex y SENAJU, lo que refuerza la necesidad de seguir impulsando programas que articulen educación, empleabilidad y desarrollo comunitario.



NTT DATA reconocida con 26 premios en el Cisco Partner Summit 2025

Los reconocimientos destacan el liderazgo de NTT DATA en soluciones y servicios de infraestructura que impulsan la transformación digital sostenible y aceleran el crecimiento impulsado por IA.

NTT DATA, líder global en inteligencia artificial, servicios tecnológicos y negocios digitales, fue nombrada partner global del año en sostenibilidad y recibió otros 25 premios durante el Cisco Partner Summit 2025. Los premios globales del Cisco Partner Summit reconocen a los partners de mejor desempeño que demuestran innovación al ofrecer soluciones que ayudan a sus clientes a prosperar de nuevas maneras.

Concedidos a partners por su destacado éxito y ejemplar desempeño en ventas y servicios, los premios globales del Cisco Partner Summit representan el máximo reconocimiento para los colaboradores de Cisco. NTT DATA fue premiada en diversas áreas clave del portafolio de Cisco, incluidas Redes, Cloud e Infraestructura de IA, Colaboración, Servicios y Software, Splunk, Servicios Gestionados, Sostenibilidad, Mercado Comercial y Aceleración de Ventas.

“Nos sentimos honrados por el reconocimiento de Cisco a nuestros logros

en múltiples categorías,” afirmó Dilip Kumar, head global de Technology Solutions en NTT DATA, Inc. “Este reconocimiento refleja nuestra profunda experiencia tecnológica y refuerza nuestra capacidad para acelerar el crecimiento impulsado por IA y promover la transformación digital sostenible. Junto a Cisco, estamos construyendo una infraestructura de IA segura, soberana y privada que ofrece rendimiento, eficiencia e innovación responsable”.

A medida que la IA transforma industrias, aumenta de forma acelerada la demanda por una infraestructura moderna y escalable. Con una alianza de más de tres décadas, NTT DATA y Cisco mantienen su compromiso con la coinnovación en arquitecturas tecnológicas, brindando infraestructura segura e inteligente preparada para la era de la IA. Juntas, ambas compañías están ayudando a sus clientes a acelerar el crecimiento y la innovación basada en IA, mediante la modernización

de la infraestructura y servicios potenciados por IA que permiten una adopción tecnológica efectiva y generación de valor.

“Obtener 26 premios como socio reafirma nuestro liderazgo global en el mercado y excelencia en la entrega de soluciones en redes seguras, ciberseguridad, centros de datos híbridos, digital workplace, experiencia del cliente y servicios potenciados por IA,” declaró el director ejecutivo de Ventas Globales y Alianzas, Technology Solutions, NTT DATA, Inc. “Gracias a nuestra alianza estratégica con Cisco y las capacidades full-stack de NTT DATA, estamos permitiendo que nuestros clientes modernicen su infraestructura, aprovechen el potencial de la IA y prosperen con confianza en la era digital”.

Para conocer más sobre las Soluciones de Infraestructura de NTT DATA, visite: <https://services.global.ntt/en-us/services-and-products/infrastructure-solutions/>



Cumbre Stakeholders

Arequipa **2026**

El evento de sostenibilidad del sur del Perú

16 Y 17 DE JUNIO

Universidad Católica San Pablo

Sé parte del cambio

INFORMES AQUÍ

vatauyuco@stakeholders.com.pe



Caja Arequipa en el Top 100 Merco ESG Perú 2025

Puesto 33 entre las 100 organizaciones con mejor desempeño en criterios ambientales, sociales y de gobernanza a nivel nacional. 5° lugar en el sector bancario.

Esta validación consolida un modelo de gestión que integra sostenibilidad, transparencia y responsabilidad en cada decisión. Impulsamos la inclusión financiera responsable y promovemos un crecimiento con impacto social y ambiental positivo.

En Caja Arequipa, la sostenibilidad es la manera en que trascendemos en la vida de las personas y contribuimos a construir un Perú más inclusivo.

