

Revista

Execution

ey.com/es_pe/revista-execution

Vol. XV | Diciembre 2022 | PERÚ

Historias de éxito

Pola Guanilo - R&G

Tendencias

¿El propósito empresarial está virando?

Informe

Infraestructura: entre la liebre y la tortuga

Disrupción

¿Qué son y cómo se desarrollan las finanzas sostenibles en el Perú?

Metaverso:
¿revolución
tecnológica o
una evolución
de internet?



EY

Building a better
working world

■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.



Guía de Negocios e
Inversión en Agricultura
y Agribusiness en el
Perú
2022/2023



Nuevo lanzamiento



Execución

es una revista enfocada en tendencias de negocios e historias de éxito empresariales.



Execución

Director
Paulo Pantigoso
Country Managing Partner
paulo.pantigoso@pe.ey.com
Editor General
Ramiro Gálvez
Senior Associate
ramiro.galvez@pe.ey.com

Brand, Marketing &
Communications
Miya Mishima
Director
miya.mishima@pe.ey.com
Karla Ramírez
Diseño y diagramación
karla.ramirez@pe.ey.com
Shirley Huertas
Associate
shirley.huerta@pe.ey.com

Para mayor información sobre
Execution, puede escribir a
execution@pe.ey.com

EY Perú
Av. Víctor Andrés Belaunde 171
San Isidro - Lima 27
Perú

© 2022 EY
Todos los derechos reservados.

Emprendimiento e innovación: iniciativas que inspiran a construir un Perú mejor

El Perú es un país esencialmente emprendedor. De acuerdo con el último estudio de Ipsos, "Emprendimiento en tiempos de inflación" publicado este año, en nuestro país el 52% de encuestados evalúa iniciar un emprendimiento en los próximos 2 años.

Con la llegada de la pandemia, los emprendedores peruanos lejos de retroceder encontraron formas de salir adelante con resiliencia y motivación, identificando nuevas oportunidades en la "nueva normalidad".

Así, muchas empresas aceleraron sus iniciativas de innovación y transformación digital para responder a las nuevas necesidades del mercado, impulsando la industria startup. Durante el 2021 se invirtieron US\$124 millones en startups en el Perú, en distintos sectores como salud, educación, e-commerce, fintech, logística, recursos humanos, entre otros.

Ante este escenario, resulta fundamental reconocer el impacto e importancia de aquellos que se atreven a emprender con una mentalidad innovadora y arriesgada, y que a través de la tecnología brindan soluciones a distintos problemas de la comunidad e impulsan el desarrollo del país.

Bajo este sentimiento de reconocimiento, es que en EY desarrollamos distintas iniciativas para dar visibilidad y apoyar el talento de los emprendedores peruanos. A través del premio "Líderes Empresariales del Cambio (LEC)", por ejemplo, reconocemos a los líderes que a través de su empresa generan un impacto positivo en la comunidad, inspirando a otros empresarios, estudiantes y comunidades para aportar desde su trabajo al desarrollo del país.

O el premio Startups 4 Perú, una reciente iniciativa de El Comercio y Canal N, con el apoyo de EY, que busca impulsar el emprendimiento a través de la innovación, incluyendo la industria de Venture Capital, contribuyendo en dar visibilidad a modelos de negocio innovadores y promoviendo la inversión en esta industria.

En EY valoramos el esfuerzo y trabajo de cada uno de los emprendedores del país, porque consideramos que con el éxito de los emprendimientos es que las sociedades progresan, acumulan beneficios y distribuyen riqueza, y a la vez logran transformar el mundo en un lugar mejor.

Paulo Pantigoso
Country Managing Partner
EY Perú

Contenido

PG
06



CENTRAL

Metaverso: ¿revolución tecnológica o una evolución de internet?

Para muchos el metaverso no es otra cosa más que el siguiente paso en nuestra interacción de usuarios con la internet, y las principales marcas ya están ahí.

PG
14



TENDENCIAS

¿El propósito empresarial está virando?

Más de 2/3 de los consumidores (68%) considera que el comportamiento de una empresa es tan importante como lo que venden, pero ¿esto es redituable?

PG
10



HISTORIA DE ÉXITO

R&G: una compañía industrial peruana en expansión regional

Para recibir la última edición por mail y novedades de Execution, suscríbese en execution@pe.ey.com

PG
18



INFORME

Infraestructura: entre la liebre y la tortuga

Durante los últimos 10 años, Perú ha realizado esfuerzos para mejorar su infraestructura en instalaciones de transporte, electricidad, agua, comunicaciones, entre otros rubros; pero la brecha aún es grande.

DISRUPCIÓN

Finanzas sostenibles: ¿Qué son y cómo se desarrollan en el Perú?

PG
26



INICIATIVAS

FERIA STARTUP 4 PERÚ

La fase final del premio Startups 4 Perú se llevó a cabo con la participación de 20 startups peruanas que expusieron sus soluciones innovadoras.

PG
22



Acerca de EY

EY es el líder global en servicios de auditoría, impuestos, transacciones y consultoría. La calidad de servicio y conocimientos que aportamos ayudan a brindar confianza en los mercados de capitales y en las economías del mundo. Desarrollamos líderes excepcionales que trabajan en equipo para cumplir nuestro compromiso con nuestros stakeholders. Así, jugamos un rol fundamental en la construcción de un mundo mejor para nuestra gente, nuestros clientes y nuestras comunidades.

Acerca de Execution

Execution es una revista de negocios que reúne insights, tendencias e historias de éxito que informan e inspiran a los líderes de negocios y futuros empresarios. Su desarrollo parte del afán por compartir información de valor para el empresariado, bajo el análisis de nuestros expertos y ejecutivos invitados. Esta revista de EY está disponible de manera gratuita en ey.com/es_pe/revista-execution

Disclaimer

Este material ha sido preparado únicamente con fines informativos generales y no pretende ser utilizado como asesoramiento contable, fiscal u otro de carácter profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos. Las opiniones de terceros expuestas en esta publicación no son necesariamente las opiniones de la organización global de EY o de sus firmas miembro. Además, deben ser vistos en el contexto del tiempo en que fueron vertidas.

© 2022 EY
Todos los derechos reservados.



Meta verso:

¿revolución tecnológica
o una nueva evolución
del internet?

US\$500,000 millones

es el valor actual cifrado del metaverso.

Fuente: Bloomberg Intelligence



Darío Bregante

Gerente Senior de Regulación Financiera y FinTech de EY Law
dario.bregante@pe.ey.com



Ramiro Gálvez

Senior Associate de Marketing y Comunicaciones de EY Perú
ramiro.galvez@pe.ey.com



Shirley Huertas

Associate de Marketing y Comunicaciones de EY Perú
shirley.huertas@pe.ey.com

A nivel global, el Metaverso tocó su punto más alto como novedad el 28 de octubre de 2021, fecha en la que Facebook anunció su cambio de nombre a Meta y presentó todo lo que preveía a futuro. Y aunque aún no existe una definición consensuada sobre el metaverso, de acuerdo con Nicola Morini, EY Global Chief Technology Officer, el metaverso se refiere a un mundo virtual compartido, constante -porque no tiene fin, ni puede ser pausado o reiniciado- y tridimensional donde las personas interactúan con los objetos, el entorno y entre sí a través de representaciones digitales de sí mismos o avatares.

Esta nueva era inmersiva podría generar cambios en el enfoque de las empresas en materia de experiencia del cliente, desarrollo de productos e innovación. De hecho, según el

estudio EY Future Consumer Index, un pequeño pero creciente grupo de consumidores está interesado en explorar la tecnología emergente y las plataformas digitales. Al menos uno de cada diez consumidores (14%) afirmó haber utilizado monedas digitales, haber experimentado en el metaverso o haber comprado un producto virtual.

Asimismo, una encuesta de Ipsos realizada para el Foro Económico Mundial revela que el 62% de los peruanos están familiarizados con términos como metaverso y realidad aumentada. Y el 74% de consultados afirmó tener sentimientos positivos respecto a involucrarse con estas tecnologías.

Todo suena muy bien, la buena predisposición de los usuarios por ingresar a este "mundo virtual" -siendo claramente la audiencia más joven la de mayor actividad-, el mercado en crecimiento, sus formas de uso, pero ¿cómo se desarrolla el metaverso? La respuesta a este cuestionamiento es lo que se pretende abordar a lo largo de este artículo. Para ello, conviene iniciar conociendo la estructura y algunas herramientas útiles para el metaverso.

Y aunque para muchos el metaverso no es otra cosa más que el siguiente paso en nuestra interacción de usuarios con la internet, pasando de la web 1 (consumidores de contenido), la web 2 (creadores de contenido) y web 3 (dueños de nuestro propio

contenido), donde recae el potencial del metaverso. Lo cierto es que esta mayor interacción se está dando a gran velocidad y escala, y no solo por los consumidores, sino también por las empresas que ya vienen apostando por ella, tal como se muestra a continuación.

¿Quiénes se están moviendo en el metaverso?

Coca-Cola lanzó su propia colección NFT en julio de 2021. La subasta recaudó US\$575,000. La empresa subastó cuatro NFT multisensoriales que se basaron en el tema de la amistad. El ganador de la subasta no solo ganó los cuatro NFT, sino que también recibió un refrigerador de la vida real que estaba lleno de botellas de refrescos de cola y varios otros obsequios.

Budweiser lanzó su primera venta de NFT con 1,936 diseños únicos de latas de cerveza digital Budweiser, con el piloto generaron US\$2 millones. Adidas compró un terreno virtual en Sandbox y anunció una asociación con el intercambio de criptomonedas Coinbase. Luego lanzó su primera gama de NFT. La venta de esta

25%

de las personas pasará al menos una hora al día en el metaverso para el 2026, ya sea para trabajar, comprar, educarse, socializar y/o entretenerse.

Fuente: Gartner

Experiencia: Con qué interactúan los usuarios. Interacción en entornos virtuales a través de juegos, compras, NFT, interacción social, eventos. Ejemplo: Meta, Roblox.

Descubrimiento: Cómo las personas se dan cuenta de que existe una experiencia. Puede ser de entrada (proceso de extracción) o de salida (proceso de inserción). Ejemplo: Steam, AppStore, Google, Discord.

Economía del creador: Herramientas que ayudan a crear y monetizar cosas en el metaverso, como herramientas gráficas y de diseño, aplicaciones, sistemas de animación. Ejemplo: Sandbox, Somnium Space.

Computación espacial: Software que realiza visualización 3D, permite interacción como realidad aumentada, virtual y extendida. Ejemplo: Unity.

Descentralización: Herramientas y tecnología que proporcionan ecosistemas abiertos, distribuidos y descentralizados en lugar de control a través de una sola entrada. Ejemplo: Ethereum blockchain.

Interfaz humana: Hardware que permite la interacción física en un entorno virtual a través de herramientas como visores de realidad virtual, gafas inteligentes, redes neuronales y hápticas. Ejemplo: Oculus.

Infraestructura: Instalaciones y sistemas que son la columna vertebral de todas las capas anteriores, como computación/arquitectura en la nube, unidades de procesamiento de gráficos y tecnologías de telecomunicaciones. Ejemplo: NVIDIA.

colección generó US\$23.5 millones en una semana.

McDonald's registró marcas comerciales para establecer un restaurante virtual en el Metaverso. Los consumidores que pasan el rato en el Metaverso pueden entrar al restaurante y pedir una hamburguesa que se entrega a domicilio. También planea vender productos virtuales.

Nike adquirió RTFKT, una marca que fabrica principalmente coleccionables digitales, incluidas zapatillas virtuales. La marca es relativamente nueva (lanzada en 2020) pero ha ganado millones con sus productos digitales. El 21 de febrero, RTFKT vendió 621

400 millones

es el número mensual de usuarios activos únicos en el metaverso en el 2022.

Fuente: Metaversed

”

Soy increíblemente optimista sobre el espacio. Estamos en las primeras etapas de la formación del Metaverso, pero está sucediendo rápidamente gracias a la pandemia. El Metaverso será más grande que Facebook, más inmersivo que YouTube y más rentable que Amazon.

Lindsey McInerney, Global Head of Technology & Innovation at Anheuser-Busch InBev.

pares de sus zapatillas virtuales con los colores del arcoíris por US\$3.1 millones.

P&G ingresó al Metaverso en el Consumer Electronic Show (CES) 2022 con el lanzamiento de un mundo virtual llamado BeautySphere. Es una experiencia virtual que permite a los clientes interactuar con el portafolio de marcas de la compañía a través de contenido en vivo y simulado.

Como se puede advertir, muchas compañías ya están experimentando y poniendo en marcha sus propios espacios virtuales. Más allá del rubro retail, en donde marcas como Adidas están produciendo ropa y accesorios con tokens no fungibles, o marcas de lujo como Givenchy que presentó en Roblox su “Casa de Belleza de Givenchy”, en donde los usuarios pueden acceder a estaciones de maquillaje virtuales.

O en el rubro entretenimiento en donde ya se están dando conciertos en el Metaverso, como el de Ariana Grande, quién realizó una gira en la plataforma Fortnite en octubre de 2021, que reunió a 78 millones de usuarios aproximadamente; existen otros sectores que están apostando por este universo inmersivo.

Como Nvidia, que lanzó “Nvidia Omniverse”, una simulación de un mundo virtual y plataforma de colaboración para flujos de trabajo en 3D, a través del uso de los gráficos fundamentales de NVIDIA, tecnologías de simulación e Inteligencia Artificial. En este omniverso se puede crear desde personajes tridimensionales hasta digital twins, lo que permite que las empresas creen réplicas virtuales de productos, procesos o entornos, todo esto sincronizado constantemente con las entradas de datos del mundo real y habilitado por la IA.

De igual manera, Hyundai lanzó “Hyundai Mobility Adventure”, su propio metaverso en la plataforma

Roblox en donde los usuarios, a través de avatares, pueden comunicarse y experimentar los nuevos productos de la marca, así como participar de diversas actividades sociales o replicar las experiencias de ingenieros y diseñadores automotrices. Asimismo, la casa de subastas Sotheby's, lanzó "Sotheby's Metaverse", en donde artistas, coleccionistas y usuarios en general pueden vender, comprar y ver algunas de las artes NFT más prestigiosas.

trabajar, comprar, educar, socializar y/o entretenerse, según Gartner. A partir de dichas actividades, se puede advertir la gestión e intercambio de datos en gran magnitud en busca de experiencias más personalizadas, pues de acuerdo con el estudio EY Future Consumer Index, el 66% de encuestados estaría dispuesto a compartir datos personales para contar con una experiencia online personalizada.

de intermediarios y mecanismos convencionales de declaración de impuestos operativos, lo que representa un desafío para los equipos de impuestos.

Entre ellos, el establecer qué jurisdicciones tienen derecho a las transacciones digitales fiscales, así como el tratamiento fiscal de las criptomonedas para las compras de activos digitales. O en el caso de la compra de un gráfico de bienes raíces utilizando criptomonedas, ¿cómo establecer si esta transacción debe estar sujeta al IVA?

Ante este escenario, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se encuentra trabajando en un marco común de impuestos sobre criptomonedas en un esfuerzo por establecer un consenso entre las jurisdicciones. Sin embargo, y a la par, distintos países individualmente siguen clasificando activos de diferentes maneras y aplicando diferentes tratamientos fiscales a las transacciones.

La economía del metaverso se proyecta a ser una economía potencialmente sólida. Un informe de Bloomberg Intelligence cifra en 500,000 millones de dólares el valor del metaverso, y estima que alcanzará los 2.5 billones para 2030.

En ese sentido, la adopción de nuevas formas de productos, bienes y servicios digitales presenta nuevas oportunidades para las empresas y usuarios, pero con ello también se presentan nuevos desafíos.

Por ello, no solo es importante el avance de la tecnología, sino que el diverso marco normativo aplicable, entre ellos, el de datos personales, por ejemplo, puedan actualizarse en múltiples aspectos para seguirle el paso al desarrollo del metaverso. Del mismo modo, también será relevante que las empresas encuentren la manera de ofrecer experiencias confiables a los clientes.

EY lanzó el Eyverse, el metaverso de EY en donde están representados todos los sectores e industrias. En este por ejemplo, se puede crear un gemelo digital de la fábrica de alguna empresa y explorar nuevas alternativas para mejorar la eficiencia operativa de la fábrica en el espacio virtual sin tener que hacer cambios costosos en la fábrica real.



La otra cara de la moneda

El metaverso, como un nuevo espacio de interacción, puede generar ciertos riesgos relacionados a protección de datos o delitos de suplantación de identidad. Es fundamental que existan mecanismos para validar la identidad o edad de las personas, así como mecanismos para actuar frente a controversias que surjan en este escenario virtual, tal como el caso de que alguien vulnerara la identidad digital representada en el avatar de otro para transferir los activos digitales de su cuenta (ej: criptomonedas), entre otros.

Son cuestiones importantes de resolver, ya que para el 2026 se estima que el 25% de las personas pasarán al menos una hora al día en el metaverso para

Pero, los temas mencionados no son los únicos retos a considerar, también existen implicancias en materia fiscal, legal y tributaria. Por ejemplo, tomando el caso de Decentraland que permite a los clientes comprar paquetes de bienes raíces virtuales utilizando un token de criptomoneda, y en donde en 2021 se vendió un terreno virtual en el metaverso por 2.43 millones de dólares; podemos cuestionar:

¿Qué derecho se adquiere al comprar un terreno virtual en el metaverso?
¿Cuáles son las normas de propiedad aplicables si es que no existe normativa que regule específicamente las adquisiciones en el metaverso?

Los activos digitales, como criptomonedas, tokens digitales y tokens no fungibles que se utilizan dentro del metaverso evitan el uso



¿El propósito empresarial está virando?



Nadia Malpartida

Gerente de Sostenibilidad y
Cambio Climático de EY
nadia.malpartida@pe.ey.com

Más de 2/3 de los consumidores (68%) considera que el comportamiento de una empresa es tan importante como lo que venden, y el 70% resalta que las marcas deben ser transparentes en cuanto al impacto social y medioambiental de su producción. Lo cierto es que ya no solo basta con obtener buenos resultados a nivel financiero, sino también ofrecer valor a sus diferentes grupos de interés. En este escenario, una clara identidad y propósito de marca se vuelven componentes fundamentales para las compañías.

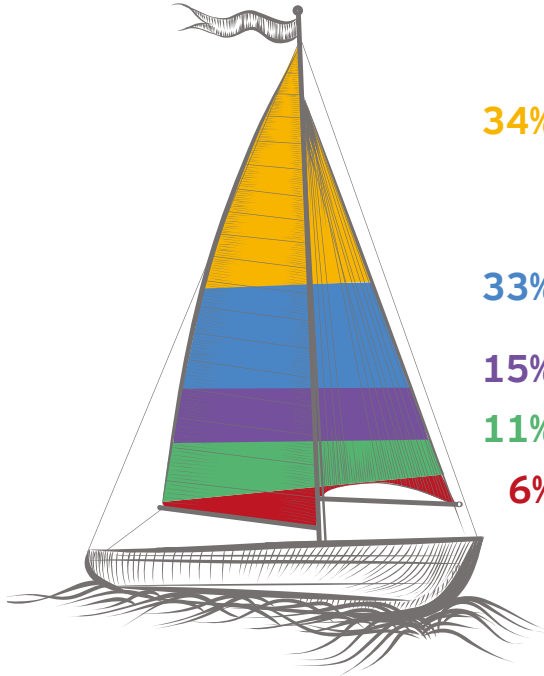
Hoy en día, cuando los consumidores piensan en qué marcas comprar buscan ver reflejados sus valores y prioridades.

Más allá del producto o servicio, toman en cuenta qué hay detrás de la marca: ¿qué impacto está teniendo en el mundo?, y si ese impacto está alineado con sus valores, una ventaja competitiva en la que muchas empresas ya vienen trabajando.

Según la última encuesta EY Future Consumer Index, los consumidores son cada vez más conscientes de su impacto en el planeta y están eligiendo realizar adquisiciones de productos o servicios más sostenibles. Así, el 56% afirmó que prestará más atención al impacto ambiental de lo que compra y el 52% prestará más atención al impacto social de lo que adquiere.

No todos los propósitos son iguales

La mayoría de las empresas afirman tener un propósito, pero su comprensión de lo que significa varía mucho.



Fuente: EY (2017)

- 34%** Creación de valor para un amplio conjunto de stakeholders, incluida la sociedad y el medio ambiente
- 33%** Aportando valor a clientes
- 15%** Maximizar el valor de accionistas
- 11%** Creación de valor para colaboradores
- 6%** Tener una razón aspiracional arraigado a la humanidad y que inspira un llamado a la acción

52%

de los consumidores prestará más atención al **impacto social** de lo que compra.

Fuente: EY Future Consumer Index

56%

de los consumidores prestará más atención al **impacto ambiental** de lo que compra.

Fuente: EY Future Consumer Index

¿Entonces es el propósito el que está virando o es el componente de sostenibilidad dentro del mismo que ha dejado de ser un *nice to have* para ser un *must*?

Sostenibilidad: ¿suena bien pero es redituable?

Una investigación de Harvard Business Review en asociación con EY (The Entrepreneur's Purpose - 2016) concluyó que las empresas que operan con un sentido de propósito claro y motivador, más allá del objetivo de generar ingresos, superaron al S&P 500 por un factor de 10, entre 1996 y 2011. El propósito coherente, como el crecimiento de la comunidad, la reducción de la pobreza o el respeto por el medio ambiente en el centro de la estrategia comercial influye en la toma de decisiones, inspira a los empleados y clientes, y genera confianza, un ingrediente cada vez más esencial.

Para muestra, varios 'botones':

- **General Electric** logró un ahorro de US\$300 millones en el 2013 al reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en 32% y el uso de agua en 45%, frente al 2004 y 2006 de sus líneas base, respectivamente .

- **Dow**, la empresa química, ha logrado un ahorro de casi US\$10,000 millones por mejorar la eficiencia de manejo de recursos (agua y energía). Para ello ha invertido cerca de US\$2,000 millones.
- **Walmart**, se enfocó desde el 2005 en mejorar su eficiencia logística. Al 2014, ya había logrado mejorar la eficiencia en consumo de combustible de su flota en 87%, evitando 15,000tn de emisiones de CO2 y ahorrando cerca de US\$11 millones.

- **Sugo** es una empresa peruana creada en el 2020 que comercializa productos de retail que corren riesgo de una

eventual destrucción, comprando los productos y lotes de diversas compañías a valores muy convenientes y lo ofrecen en su tienda online entre un 30% y 90% más económico. Con ello, la empresa ha logrado salvar 4.5 millones de productos a nivel regional.

(Ver entrevista: https://www.ey.com/es_pe/revista-execution/iniciativas/sugo-consumo-sostenible)

De acuerdo con Harvard Business Review, las 100 principales empresas sostenibles a nivel mundial obtuvieron significativamente mayores ventas, rendimientos, flujo de caja y más, frente a las demás empresas entre el periodo analizado del 2006 al 2010. A lo que debemos resaltar que incluso en épocas de recesión como la del 2008, las empresas que mantenían prácticas

de sostenibilidad como un pilar, lograron un desempeño superior al promedio en los mercados financieros. Además, las empresas con un desempeño ambiental mayor registran menores costos de deuda, así como una sólida reputación de responsabilidad social resultó en la mitigación de caídas significativas en el precio de las acciones frente a las demás empresas.

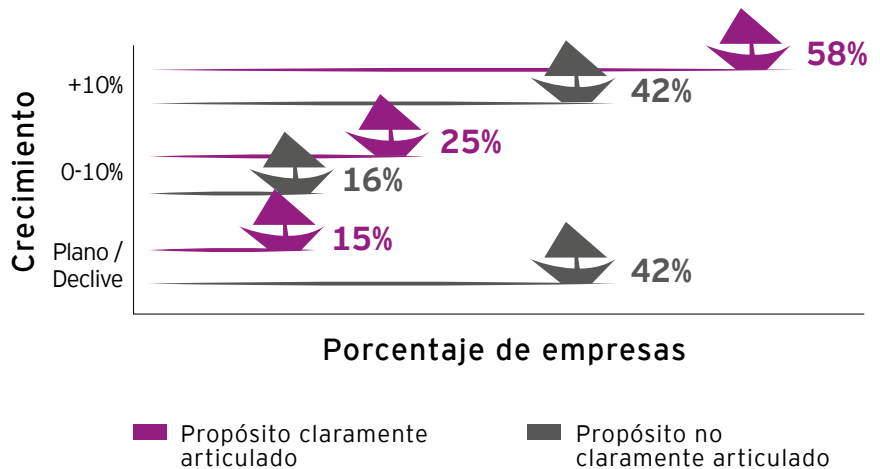
A nivel local, hemos sido testigos de cómo la pandemia y la realidad política ha resultado en que, según el estudio "Directorios para cambios de contexto", el 93% de directivos considere que la realidad vivida en los últimos años ha evidenciado la necesidad de las compañías de replantear su rol en la sociedad. Y el 79% de empresas ha tomado acciones al respecto, definiendo un propósito claro para la compañía que a su vez guíe la toma de decisiones del Directorio.

Si bien muchas compañías en el Perú han apoyado al país durante el periodo de pandemia, se espera que ello no se quede como acciones puntuales, sino que se tomen medidas para dirigir a sus empresas en la línea con la sostenibilidad que, según los datos presentados, representan un ganar-ganar para todos.

Actualmente, las instituciones financieras juegan un rol primordial debido a que pueden canalizar recursos financieros a favor de proyectos de inversión y préstamos verdes y sostenibles que tengan un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad.

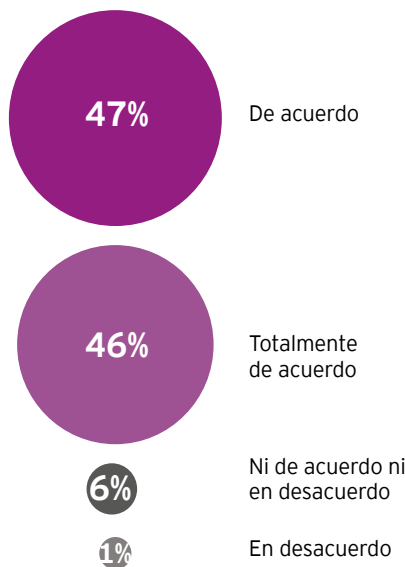
Es necesario el compromiso e involucramiento de todos los actores del sistema financiero para que desarrollen una hoja de ruta que permita avanzar hacia el logro de los compromisos y metas asumidos por nuestro país y transitar hacia una economía baja en carbono.

¿Por qué tener un propósito?



Fuente: The Business Case for Purpose. Harvard Business Review (sponsored by EY Beacon Institute)

¿Está de acuerdo con la siguiente afirmación: "La situación sanitaria, política y regional ha evidenciado la necesidad de las empresas en el Perú de replantear su rol en la sociedad?"



Fuente: Directorios para cambios de contexto - EY Perú

El propósito también mejora la lealtad del cliente

88%

de los ejecutivos dijo que el propósito claramente articulado ayuda a aumentar la lealtad del cliente.

84%

de los consumidores de mercados emergentes realizan una compra relacionada con una causa al menos una vez al año.

72%

de los consumidores globales recomendarían una empresa que tiene un propósito.

Fuente: The Business Case of Purpose. HBR (sponsored by EY Beacon Institute)





R&G: una compañía industrial peruana en expansión regional

Pola Guanilo, fundadora de R&G Seguridad e Higiene Industrial, una empresa que aprovechó un nicho desatendido para desarrollar negocios y que hoy ya tiene presencia en ocho países.

Premio especial a la Innovación para la Independencia Tecnológica - Líderes Empresariales del Cambio (LEC 2021)

¿Cómo nace R&G Seguridad e Higiene Industrial?

Estudí Ingeniería de Alimentos y durante la carrera conocí a mi esposo, que estudió Ingeniería Mecánica. Nosotros siempre conversábamos sobre crear algo, soñábamos con la posibilidad de transformar, pero como aún estábamos estudiando, veíamos esos planes un poco lejanos. Cuando terminamos la carrera cada uno comenzó a trabajar por separado, pero 4 años después, en 2009, decidimos invertir nuestros ahorros en una empresa e identificamos un segmento que estaba desabastecido, el de bioseguridad de las personas que manipulan alimentos. Este es

un aspecto muy importante, porque, por ejemplo, si la persona encargada de manipular los alimentos no utiliza mascarilla, puede contaminar el producto final y perjudicar tanto a las empresas productoras como a los clientes.

Y entonces nació R&G. Comenzamos fabricando botas plásticas descartables con una máquina que ensambló mi esposo, y hacíamos bota por bota, una por una.

¿Cómo fue creciendo la empresa?

Luego de la bota plástica descartable, comenzamos a vender otras prendas de bioseguridad y fuimos creciendo. El volumen

de pedidos aumentó y me volví comercializadora, y luego de eso, importadora. Sin embargo, después de un tiempo noté que la cantidad de importaciones (principalmente de mascarillas) crecía bastante rápido y pensé que era el momento de fabricar.

Un factor importante para el crecimiento de R&G fue que, gracias a mi carrera, tenía la capacidad de asesorar a los jefes calidad de las empresas de alimentos, y de acuerdo con lo que observaba en sus procesos les recomendaba los productos de bioseguridad que necesitaban. Así, llegamos a abastecer prácticamente a toda la industria en el país, por lo que dimos

un paso más y empezamos a vender en el extranjero.

El primer país donde exportamos fue Bolivia. Con el tiempo instalamos un almacén y un área comercial para que el negocio fuera sostenible, actualmente estamos implementando una planta de procesamiento allá. Luego logramos vender a Colombia, Chile, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, Puerto Rico y Estados Unidos. Ahora R&G cuenta con almacenes y área comercial en Colombia, Estados Unidos y Bolivia.

¿Cuáles creen que han sido los mayores logros y/o desafíos a lo largo de su historia?

El poder demostrar que sí se puede hacer empresa en el Perú ha sido el logro más grande, y uno del que me siento muy feliz. Hemos fabricado con éxito y exportado un producto no tradicional, compitiendo con China. En Perú necesitamos industrias sostenibles y que trasciendan; es importante que como empresas dejemos un legado en el país.

Sin embargo, no hay que perder de vista la importancia de mantener actualizadas las tecnologías. Este es el gran reto. Actuar rápidamente de acuerdo con los avances de la tecnología nos permite mejorar nuestra eficiencia, que muchas veces es el elemento por el que nos pueden sacar ventaja otros países.

Y, por otro lado, uno de los principales desafíos es formar un equipo humano convencido de trabajar en conjunto y por un mismo objetivo. Podemos empezar el camino con ciertas personas, pero conforme vamos avanzando algunas se van, entonces formar un equipo sólido sin duda es un gran desafío para una empresa.

Pola Guanilo fue reconocida con el Premio especial a la Innovación para la Independencia Tecnológica, de los Líderes Empresariales del Cambio (LEC) 2021.

¿Cómo están incorporando el factor sostenibilidad en la empresa?

En todos nuestros productos de plástico usamos la tecnología D2W, que permite que el plástico se degrade en un tiempo determinado sin contaminar el medio ambiente. Actualmente estamos fabricando productos que se degradan en un plazo de 2 a 5 años como máximo. Además, utilizamos la tecnología D2P, que permite fabricar productos antivirales y antibacterianos, porque elimina bacterias como Escherichia coli, Salmonella, Listeria, entre otros.

Adicionalmente, trabajamos con la tecnología Copptech, en la fabricación de productos elaborados con polipropileno. El Copptech nos permite integrar cobre y zinc en la ropa y accesorios que producimos, lo cual brinda una protección antimicrobiana al eliminar e inhibir la replicación de virus como el Covid-19. Todas estas tecnologías son incorporadas en la fabricación de guantes, mandiles, ropa médica, ponchos, etc.

Por otro lado, estamos incorporando cada vez más factores de

sostenibilidad ambiental. Elaboramos productos compostables, como mascarillas con tela de maíz o de caña. Además, actualmente estamos trabajando en fabricar mascarillas con tela de papa. Apuntamos a utilizar los desperdicios orgánicos no solo en mascarillas, sino en todos los productos posibles.

Buscando constantemente nuevas opciones para la producción sostenible. Por ejemplo, actualmente en el Perú, todas las bolsas que existen se fabrican con pellets de otros países, pero podríamos usar nuestro propio pellet orgánico peruano. Nos falta es identificar qué tecnología podemos aplicar para ello, y en eso estamos trabajando. Asimismo, para el 2024, estamos apuntando a utilizar el gas natural como nuestra fuente de energía principal.

¿Están implementando procesos de automatización en sus operaciones?

Estamos llevando a cabo un plan de automatización. Hemos iniciado con las mascarillas y respiradores, que son productos muy demandados. Para ello, hemos aplicado tecnología europea, muy eficiente para la producción de estos productos. También estamos en el proceso de automatizar la producción de tocas y cubrezapatos. Lo que buscamos es que nuestra empresa sea eficiente, a través de la automatización y de las energías que utilizamos. Esperamos llegar al 2024 con toda la planta automatizada.

Muchos de sus productos fueron altamente demandados durante la pandemia, ¿cómo respondieron a esta situación?

Antes de la llegada de la pandemia, R&G tenía 115 trabajadores, contábamos con un solo turno y estábamos creciendo a un ritmo

moderado. Con la llegada del Covid-19 salimos de nuestra zona de confort. Comenzamos a trabajar en tres horarios, sin parar, por casi un año; y cuando hubo escasez de materia prima o materiales como el elástico, sumamos esfuerzos y construimos alianzas con otras compañías del país para surtirnos de material.

En este periodo nuestra producción se destinó en 100% al Minsa (Ministerio de Salud), debido a la alta demanda de nuestros productos por parte de enfermeras, doctores y personal de salud en general. Éramos la única compañía de fabricación de mascarillas en el Perú.

La pandemia fue un periodo intenso que nos trajo muchos retos, pero nos enseñó que podíamos crecer más, que podíamos integrar procesos con otras empresas, y nos impulsó a crecer de una manera más acelerada.

¿Cuáles son los planes para el futuro de R&G?

Continuar nuestro proceso de automatización e identificar nuevos productos para complementar la cartera que ofrecemos, además de continuar nuestra expansión en otros países y mercados. Como fabricantes podemos llegar tanto al distribuidor como a las grandes empresas, permitiéndoles bajar sus costos de producción.

Nuestros productos son de uso frecuente en agroexportadoras y en la industria de alimentos, por lo que es importante que estas empresas puedan acceder a precios bajos. Muchos de los productos que utilizamos en el Perú y América Latina suelen ser traídos de Asia, pero R&G es una excelente alternativa regional, y queremos seguir creciendo en la región.

600
trabajadores

3 plantas de
producción

8 países a los
que exporta

21 unidades
de transporte



Infra estructura: entre la liebre y la tortuga

A photograph of a dirt track with white lane markings. In the foreground, a tortoise is walking across a lane. In the background, a rabbit is visible, having just finished a race, with its white tail and hind legs kicking up dust. The ground is covered in numerous footprints from the rabbit, illustrating the contrast between the slow tortoise and the fast rabbit.



S/146,622 millones

representa el valor de la cartera de 72 proyectos del nuevo Plan Nacional de Infraestructura Sostenible para la Competitividad (PNISC).



Camilo Carrillo

Associate Partner del Área de Infraestructura de EY
camilo.carrillo@pe.ey.com

Durante los últimos 10 años, Perú ha realizado esfuerzos para mejorar su infraestructura en instalaciones de transporte, electricidad, agua, comunicaciones, entre otros rubros; con el objetivo de impulsar las inversiones, contribuir al desarrollo de los sectores productivos del país y, por consiguiente, impactar positivamente en la calidad de vida de los ciudadanos peruanos. Durante el 2021, la inversión pública en el Perú incrementó significativamente con respecto al 2020 y según lo observado a noviembre el 2022 cerrará con mayor ejecución que el 2021-; sin embargo, estos montos aún son insuficientes para cerrar las brechas de infraestructura.

De acuerdo con el Informe de Competitividad 2022, publicado por el Consejo Privado de Competitividad, se observa un avance dispar en la provisión de servicios públicos en el país. Por ejemplo, el estado de la Red Vial Nacional pasó del 47,0% (2007) al 82,8% (2020) en porcentaje de pavimentación, mientras que en otros el cierre de la brecha aún es muy lento, como es el caso de la conectividad de agua (red pública dentro y fuera del hogar), que pasó de 84% (2013) a 91,3% (2020).

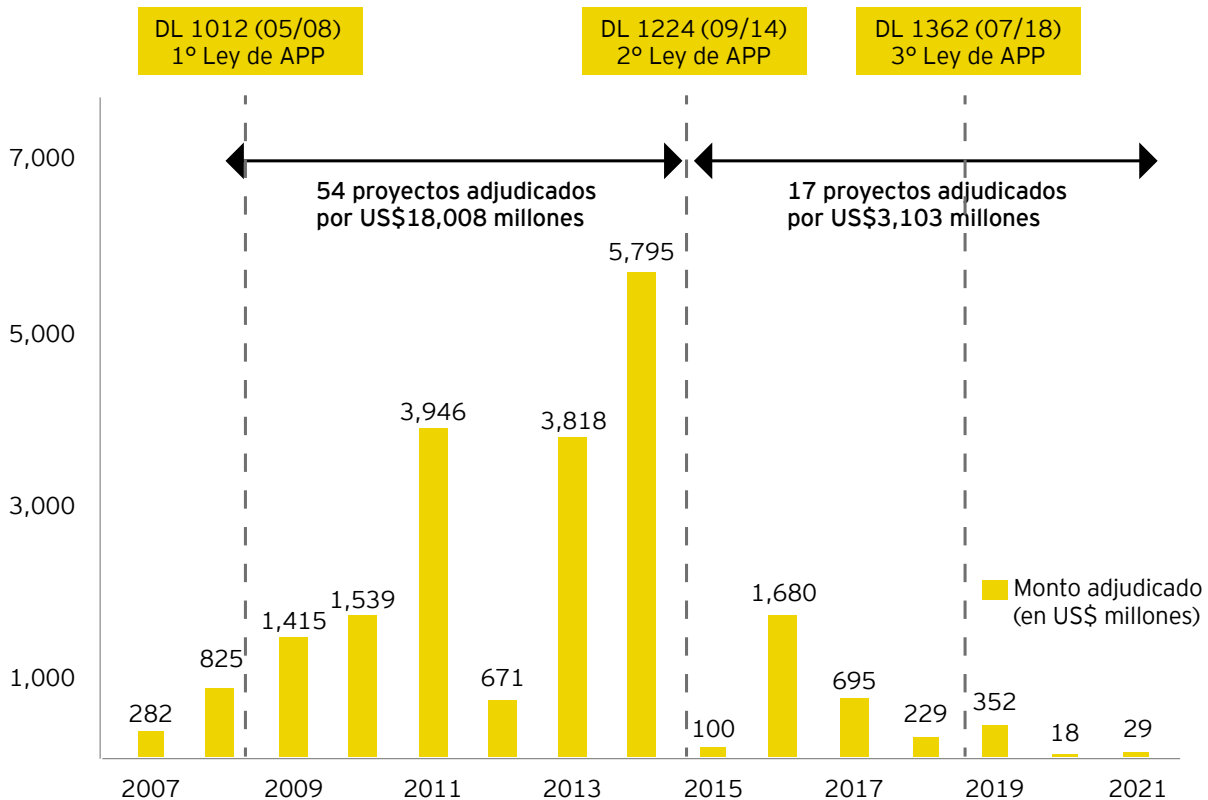
En cuanto al nuevo Plan Nacional de Infraestructura Sostenible para la Competitividad (PNISC), el mismo ahora contiene una cartera de 72 proyectos por S/ 146.622 millones (en el anterior PNIC eran S/ 116.979 millones), de los cuales resalta la participación del sector Transporte, Vivienda y se incorporan sectores sociales como Salud y Educación Sin embargo, si uno observa el avance de la ejecución de proyectos de este Plan priorizado, el mismo solo alcanza un nivel acumulado del 22.5% (26,335 millones), con un promedio de avance de entre 4-5% anual, porcentaje a todas luces insuficiente.

¿Qué está ocasionando este retraso?

Una de las estrategias que ha adoptado el Estado para cerrar estas brechas en el menor tiempo posible es impulsar la participación del sector privado bajo modalidades de inversión como APP (Asociaciones Público-Privadas), G2G (Acuerdos Gobierno a Gobierno) y Oxl (Obras por Impuestos).

Para el primer esquema (APP), se ha observado un estancamiento ya que en los últimos años se ha

Inversión adjudicada y promedio móvil de APP a nivel nacional (US\$ millones) | 2007-2021



Fuente: Informe de Competitividad 2022 del Consejo Privado de Competitividad

experimentado una reducción considerable de las adjudicaciones bajo esta modalidad. Para el periodo 2008-2014 se adjudicaron 54 proyectos por más de USD 18,000 millones; sin embargo, entre 2015 y 2021, solo se adjudicaron 17 proyectos, por USD 3,103 millones.

El informe concluye que un factor determinante en este decaimiento de proyectos bajo el mecanismo APP está relacionado con la promulgación del Decreto Legislativo N°1224, debido a dos razones principales:

- La cantidad de actores que emiten opinión sobre los proyectos: El DL reconcentra las labores de evaluación y aprobación de proyectos en el

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), restringiendo las facultades de ProInversión como ente rector del proceso.

- La poca calidad de las competencias de los actores involucrados: El D.L. no es específico respecto a las competencias entregadas a los Organismos Reguladores y la Contraloría General de la República al momento de opinar sobre los contratos y adendas. Esta situación de las APP se ha visto positivamente contrarrestada con el uso de mecanismos alternativos como lo son el de los Acuerdos Gobierno a Gobierno. Bajo este mecanismo, según el Informe de Competitividad 2022, el Estado ya ha suscrito contratos

con Reino Unido, Corea y Francia bajo este mecanismo por un monto total de USD 6,145 millones. Así, gran parte de las razones del crecimiento de la inversión pública el año 2021 se debieron justamente a la continuación de los proyectos bajo este mecanismo innovador.

No todo está perdido

De acuerdo con la "Guía para Invertir en Proyectos de Infraestructura en Perú 2022/2023" de EY Perú, el Ministerio de Relaciones Exteriores y ProInversión, esta última actualmente cuenta con una cartera para la modalidad APP de 24 proyectos que se están promocionando para los años 2022 y 2023, circunscritos a

ocho sectores económicos, con una inversión estimada de 7.6 mil millones de dólares.

Por el lado de los Acuerdos Gobierno a Gobierno, según la "Guía para Invertir en Proyectos de Infraestructura en Perú 2022/2023" de EY Perú, el Ministerio de Relaciones Exteriores y ProInversión, se cuenta con un cartera de inversión aproximado de US\$ 10.77 mil millones para el desarrollo de proyectos emblemáticos de infraestructura.

Asimismo, se evidencia mayor diversificación en la modalidad de Oxl, cuya cartera consta de 581 proyectos por 1.5 mil millones de dólares aproximadamente.

Ante este panorama, existe una expectativa positiva respecto al desarrollo de proyectos de infraestructura en los próximos años. Pero para lograr un desarrollo óptimo, no solo es importante enfocar los esfuerzos en recuperar la capacidad de adjudicación de proyectos, sino en implementar acciones o estrategias para que se ejecuten adecuadamente.

¿Qué se puede hacer?

En primer lugar, es fundamental evaluar las distintas modalidades de inversión y cuáles funcionan mejor para los proyectos grandes. Para estos, actualmente está funcionando bien el mecanismo de G2G, que ya ha probado su éxito en proyectos como los Juegos Panamericanos 2019, Aeropuerto de Chinchero, Carretera Central, proyectos de la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios (ARCC), entre otros.

Asimismo, en paralelo es prioritario reevaluar el proceso de trabajo bajo la modalidad APP, que principalmente se ve estancada por la duplicidad de competencias de cada actor involucrado y devolver el liderazgo a ProInversión para retomar la velocidad de adjudicación de proyectos que se tuvo hasta hace 7 años.

Más allá de la ejecución

Además de acelerar la adjudicación y ejecución de obras, es importante tomar en cuenta la vida de la obra luego de su construcción. Y para ello, una alternativa interesante sería integrar distintas modalidades de contratación en un mismo proyecto.

El mecanismo de G2G, por ejemplo, ha demostrado ser la mejor opción para proyectos grandes y de impacto nacional. Sin embargo, es necesario que estas obras estén acompañadas del mecanismo APP para la operación y mantenimiento. De nada sirve construir una obra bajo un estándar internacional, si no se le brinda la operación y mantenimiento adecuado.

Asimismo, es oportuno impulsar los contratos colaborativos (NEC-FIFIC) que aplican los proyectos bajo G2G, para cambiar el enfoque de la contratación pública hacia la colaboración entre las partes y agilizar la ejecución y culminación de los proyectos. En ese sentido, se espera que la nueva ley de contrataciones incorpore esta posibilidad de contratos, lo que constituiría un paso importantísimo para actualizar la forma de ejecutar proyectos en Perú.

Cuando hablamos de infraestructura, también hablamos de crecimiento económico y promoción de la competitividad, pero, principalmente, hablamos de mejorar la calidad de vida y generar empleo. Se trata de un eje importante que promueve el desarrollo del país en todos los niveles.

El entorno actual es complicado, y el desafío es implementar estrategias para agilizar los procesos internos y generar condiciones de confianza para adjudicar cada vez más proyectos, y ejecutarlos de manera óptima.

Oxl: Más posibilidades



Manuel Rivera

Socio de Impuestos de EY
manuel.rivera@pe.ey.com

¿Cuáles son los puntos fuertes del Nuevo Reglamento de la Ley N°29230?

Claramente, lo mejor es que hay nuevas fuentes de financiamiento, como los recursos ordinarios de los gobiernos locales que no tienen acceso al canon. Asimismo, hay nuevos tipos de intervenciones que se pueden hacer (IOARR*, operación, mantenimiento, entre otros).

¿Cómo se ha dado la evolución del volumen de proyectos de Oxl en los últimos 5 años? ¿A qué se debe? ¿Cómo impacta?

Ha sido fluctuante y se explica, en parte por la pandemia que ha llevado a un declive estos proyectos desde el 2020. Más aún si contamos que el 2022 ha habido cambio de autoridades regionales y locales, lo cual también impacta.

El 2020 se alcanzó inversiones de Oxl por S/223 millones, lejos de los S/1,084 millones alcanzado en el 2016. En el 2021 la cifra mejoró hasta los S/617 millones, y al cierre del tercer trimestre del 2022, sumamos S/326 millones.

Cabe señalar que las Oxl, son un mecanismo de inversión peruana, que ha sido exportado a Colombia y Paraguay, aunque localmente es donde se tiene más desarrollo. Es por ello que desde su creación en el 2008, se han adjudicado 498 proyectos, por un valor de S/6,578 millones.

(*) IOARR - Inversiones de Optimización, de Ampliación Marginal, de Rehabilitación y de Reposición

Finanzas Sostenibles:

¿Qué son y cómo
se desarrollan en
el Perú?



Janett Burga

Gerente Senior de EY Law
janett.burga@pe.ey.com

En los últimos años, las finanzas sostenibles han tomado un mayor protagonismo en las transacciones de finanzas corporativas. Probablemente, la principal particularidad de esta nueva alternativa de financiamiento consiste en dar visibilidad del nivel de cumplimiento de los criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en el modelo de negocio de la compañía beneficiaria de dichos capitales. Haber transitado una crisis sanitaria mundial y la ocurrencia de una guerra en este siglo XXI hace que no solo los inversionistas e instituciones financieras, sino más bien los stakeholders en general, presten atención a las oportunidades de negocio sin limitarse a los potenciales retornos financieros, sino considerando también la contribución y promoción de un mundo sostenible, que pueda trascender y ser disfrutado por las siguientes generaciones.

En el caso del Perú, si bien el país no es un emisor sustancial de gases de efecto invernadero (GEI) en comparación con otros de la región o el mundo, es altamente vulnerable a los impactos del cambio climático. Conforme al reporte emitido por Climate Bonds Initiative del año 2022, alrededor del 70% de las catástrofes naturales en Perú están relacionadas con el cambio climático y los fenómenos meteorológicos extremos (ej.: El Niño), lo que provoca pérdidas

económicas que podrían alcanzar el 6% del PBI en 2030 y el 20% en 2054, poniendo de manifiesto la urgencia de implementar acciones de mitigación y adaptación al cambio climático. Uno de los caminos posibles es el de las finanzas sostenibles.

La emisión de bonos es una alternativa de transacciones de finanzas sostenibles que promueve la inversión responsable, ya que los inversionistas institucionales se encuentran interesados de invertir en empresas consideradas sostenibles y/o en los instrumentos financieros que califiquen como tal.

Dentro de esta categoría de deuda sostenible, se pueden encontrar bonos verdes, bonos sociales, bonos sostenibles y los bonos vinculados a la sostenibilidad. Los principios publicados por la International Capital Markets Association (ICMA), son el marco líder en las emisiones de estos tipos de bonos.

I. Los bonos verdes

Los bonos verdes son instrumentos financieros de largo plazo destinados a financiar proyectos verdes y/o negocios vinculados a la forestación, energías renovables, eficiencia energética, transporte limpio, infraestructura verde y gestión y tratamiento de recursos hídricos y residuos sólidos, que cumplen con los estándares requeridos por los green bond principles (GBP) o principios de los bonos verdes.

Si bien los GBP son lineamientos voluntarios, son empleados en el mercado debido a que fortalecen la transparencia, la divulgación

En la actualidad los bonos verdes representan el 18% del mercado peruano de deuda vinculadas a la sostenibilidad, con un volumen acumulado de US\$1,100 millones para abril de 2022; esta participación puede aumentar considerablemente con las condiciones adecuadas.

Fuente: Climate Bonds Initiative 2022

y promueven la integridad en el desenvolvimiento de los bonos verdes.

Los cuatro componentes que debe tener toda emisión verde para estar alineada a los GBP son: (i) el uso de los fondos (se deben describir de manera precisa los alcances y finalidades perseguidas); (ii) el proceso de evaluación y selección de proyectos (estrategia de criterios de elegibilidad para los proyectos financiados); (iii) gestión de fondos (altos estándares de transparencia al mercado); y, (iv) reportes (mantener

información actualizada y fácilmente disponible sobre el uso de los fondos, descripción de los proyectos e impacto esperado).

En el caso peruano, en el mes de marzo del año 2018, la Bolsa de Valores de Lima (BVL) en asociación con la Embajada Británica en Lima, MÉXICO2 y A2G, emitió la “Guía de Bonos Verdes para el Perú”, un documento orientativo y alineado con los GBP, que tiene por finalidad generar buenas prácticas en el mercado de valores peruano para las futuras emisiones de bonos verdes. Así, precisa aspectos de los GBP, como el componente de las revisiones externas en la emisión de bonos verdes, que se encuentra referido a que las emisiones deben contar con revisiones externas, que pueden ser segundas opiniones o certificaciones, para reforzar la credibilidad del instrumento.

II. Los bonos sociales

Los bonos sociales son instrumentos de largo plazo destinados a financiar o refinanciar proyectos sociales nuevos o ya existentes, de acuerdo con los principios de los bonos sociales o social bond principles (SBP), aprobados por la ICMA. Los SBP buscan dar soporte a los emisores para la realización de proyectos sociales con el fin de lograr beneficios para la sociedad y promover la transparencia, a fin de facilitar el monitoreo del uso de los fondos. Los cuatro componentes que debe tener toda emisión verde para estar alineada a los SBP son: (i) el uso de los fondos (el financiamiento debe abordar un problema específico a través del proyecto social elegible); (ii) el proceso de evaluación y selección de proyectos (el emisor debe informar sobre el proceso de elección de los proyectos elegibles); (iii) gestión de fondos (el emisor debe mantener un alto nivel de transparencia sobre el uso de los fondos y debe buscar una auditoría externa sobre el proceso de monitoreo de los fondos); e, (iv) informes (los emisores deben tener y mantener información actualizada sobre los fondos, los proyectos y su impacto esperado en la población).

III. Los bonos sostenibles

Los bonos sostenibles son instrumentos de deuda de largo plazo, cuyos fondos son utilizados para financiar o refinanciar proyectos verdes y/o proyectos sociales. Para estos efectos, la ICMA emitió una guía para los bonos sostenibles, en la que se indica que la emisión y la gestión del instrumento se deberá alinear con los GBP y los SBP.

Es decir, nos encontramos frente a un instrumento que puede ser utilizado para financiar al mismo tiempo tanto proyectos verdes como proyectos sociales, lo que significa que el emisor deberá de analizar y aplicar los componentes de los GBP y los SBP, dependiendo del proyecto. Así, los bonos sostenibles se nos presentan como un espacio de sinergia e integración de proyectos verdes y sociales, que nos dan como resultado un instrumento con un alto valor agregado.

IV. Los bonos vinculados a sostenibilidad

Los sustainability-linked bonds o los bonos vinculados a sostenibilidad son instrumentos de largo plazo cuyas características pueden variar en el tiempo si el emisor cumple con determinados objetivos de sostenibilidad. En ese sentido, la finalidad del esquema está relacionada a que los emisores se obligan a cumplir con objetivos de mejora trazados en un determinada línea de tiempo.

Estos objetivos son medidos a través de indicadores de desempeño -KPIs- y objetivos de desempeño en materia de sostenibilidad -SPT. Además, estos bonos tienen cinco componentes: (i) selección de KPIs (los KPIs deben ser creíbles, sujetos a medición y verificación de un tercero); (ii) calibración de SPTs (deben ser trazados en base al análisis del comportamiento del emisor, organizaciones similares y posibles escenarios medioambientales); (iii) características de los Bonos (la estructura y características responde a los KPIs y SPTs seleccionados); (iv) reporte (la información debe ser compartida como mínimo de manera

anual y se debe de informar sobre los avances de los KPIs y STPs y cualquier información para su análisis); y, (v) verificación (se debe buscar auditores externos que verifiquen el cumplimiento de los KPIs y los STPs).

Préstamos bancarios bajo criterios ESG

Los préstamos verdes son el otorgamiento de una línea de crédito por una entidad financiera a favor de un prestatario, que son materializados en un contrato de financiamiento, y, estructurados de acuerdo con su finalidad, ya sean préstamos verdes, sociales, sostenibles o con componentes de sostenibilidad. A fin de replicar los lineamientos de la ICMA, la Loan Market Association (LMA) emitió una iniciativa denominada green loan principles o principios de los préstamos verdes (en adelante, GLP). Los GLP son un conjunto de estándares de mercado y lineamientos, destinados a preservar la integridad del mercado de los préstamos verdes .

Los cuatro componentes que debe tener todo préstamo verde, son: (i) el uso de los fondos (el destino de los fondos debe estar debidamente descrito en los documentos de la operación); (ii) el proceso de evaluación y selección de los proyectos (los borrowers deben comunicar a los lenders sobre la sostenibilidad del proyecto, los criterios de elegibilidad y cualquier otro criterio aplicable para la identificación y gestión de riesgos ambientales y sociales vinculados al proyecto); (iii) manejo de los fondos (los fondos deben ubicarse en una cuenta especial del borrower, y/o el seguimiento a través de sistemas de monitoreo); y, (iv) reporte (los borrowers deben mantener una transparencia sobre las expectativas de los proyectos y se deben utilizar indicadores cuantitativos y metodologías). Además, los GLP señalan la importancia de la revisión externa del préstamos, al ser un medio para obtener un análisis externo del otorgamiento de préstamo, que puede realizarse a través de una segunda opinión, una verificación, una certificación o un rating.

Casos de éxito de finanzas sostenibles

En el mercado peruano, hemos podido identificar los siguientes casos de éxito de emisiones y préstamos bancarios bajo criterios ESG:

Bonos Verdes				
Emisor	Año	Monto	Objeto	
Bosques Amazónicos	2021	US\$45 M	Uso de suelo	
COFIDE	2019	S/100 M	Energía renovable	
Energía Eólica	2014	US\$204 M	Energía renovable	
Productos Tissue del Perú	2018	S/100 M	Mejora eficiencia ambiental de fábricas	

Bonos Sociales				
Emisor	Año	Monto	Objeto	
Gobierno del Perú	2021	€1,000 M	Recuperación COVID-19	
COFIDE	2021	S/100 M	Recuperación COVID-19	
Caja Arequipa	2021	US\$204 M	Microfinanzas negocios mujeres	

Bonos Sostenibles				
Emisor	Año	Monto	Objeto	
Fondo MIVIVIENDA	2022	S/57.6 M	Financiar vivienda	
Gobierno del Perú	2021	S/144 M	Apoyo grupos vulnerables	
COFIDE	2019	S/100 M	Apoyo microempresas, tratamiento de aguas	

Bonos Vinculados a Sostenibilidad				
Emisor	Año	Monto	Objeto	
San Miguel Industrias PET	2021	US\$380 M	Gestión de residuos y economía circular	

Préstamos Verdes				
Prestatario	Prestador	Año	Monto	Objeto
CELEPSA	BCP	2022	US\$26 M	Reducir huella carbono y uso energía sostenible
Corp. Aceros Arequipa	BCP	2022	US\$30 M	Financiamiento de activos operativos y líneas de capital de trabajo
Empresa de Generación Huanza	BCP	2022	US\$90 M	Construcción central hidroeléctrica

Fuente: Climate Bonds Initiative (2022), Pacific Corporate Sustainability (2022).

En conclusión, los esquemas de los cuatro instrumentos y los préstamos bancarios con contenido ESG son grandes oportunidades para que las organizaciones puedan trazar y/o lograr diversos objetivos en materia de sostenibilidad. Además, traen un valor agregado para cualquier negocio, al estar vinculados a actividades de alto impacto en la comunidad y en el

medio ambiente. Para su promoción es importante generar espacios de diálogo y encuentro entre los estructuradores y lenders con los eventuales emisores y borrowers, y el establecimiento de estímulos fiscales, que busquen una mayor eficiencia de estos mecanismos a contraposición de utilizar mecanismos tradicionales de financiamiento.

Fuente:
BVL (2018). Guía de los Bonos Verdes para el Perú. Lima: BVL. | Climate Bonds Initiative. (2022). Estado del Mercado de las Finanzas Verdes en Perú 2022. Lima: Climate Bonds Initiative. | Green Bond Transparency Platform (GBTP). (28 de Setiembre de 2022). Green Bond Transparency Platform (GBTP). Obtenido de Green Bond Transparency Platform (GBTP): <https://www.greenbondtransparency.com/bonds/> | ICMA. (2021). Green Bond Principles Voluntary Process Guidelines for Issuing Green LMA. (2021). Green Loan Principles. New York: LMA.






Feria STARTUPS 4 PERÚ

Así se vivió la Feria del Premio Startups 4 Perú, fase final de esta iniciativa de El Comercio y Canal N, con el apoyo de EY, que busca impulsar la inversión en emprendimientos innovadores y startups en Perú. En este encuentro llevado a cabo el 3 y 4 de noviembre del 2022, 20 startups peruanas expusieron sus soluciones innovadoras en salud, medio ambiente, banca y finanzas, agricultura, educación, alimentos y bebidas, infraestructura, inmobiliaria, textil, entre otros.

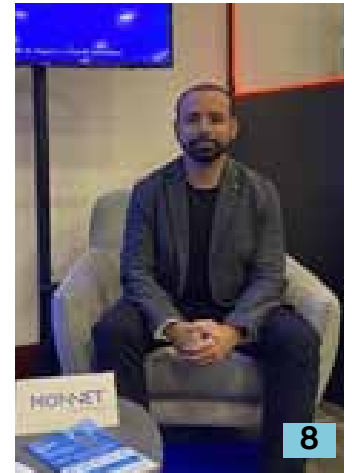
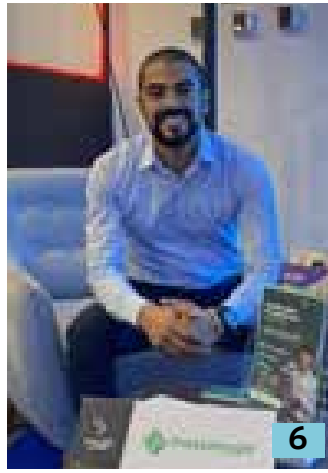
20
startups

10
industrias

”

“A través de esta plataforma, estas 20 startups pueden mostrarle al Perú y al mundo todo lo que el talento peruano es capaz de imaginar, innovar y aportar para resolver problemas concretos, haciendo empresa y creando empleo. Ustedes nos enseñan que juntos podemos crear un Perú mejor.

Paulo Pantigoso, Country Managing Partner de EY Perú



Fotos: (1) Cuentología, (2) Manzana Verde, (3) GoJom, (4) Tumi Robotics, (5) Meta Technologies, (6) Prestamype, (7) TeleMedik, (8) Monnet Payments, (9) Ecobuildtec y (10) Uayki.



Fotos: (11) Proximity, (12) Yanni Shoes, (13) Space AG, (14) Cirkula, (15) Bio Natural Cover, (16) Credigob, (17) Agéndalo, (18) Caxacori Studio, (19) Balde Cash y (20) MV-Tech.



Un premio único

Exclusividad

Solo participan los empresarios nominados por los bancos asociados a ASBANC, por su trayectoria y aporte al país.

Rigurosidad del proceso

Tres instancias de evaluación:

- 1 Nominación de bancos
- 2 Selección a cargo del Comité Evaluador
- 3 Evaluación a cargo del Jurado

Networking Internacional

Los empresarios reconocidos como Líderes Empresariales del Cambio tienen la posibilidad de participar en los diferentes eventos que se realizan en el marco del EY World Entrepreneur Of The Year, evento mundial en el que participan empresarios de más de 60 países.

<http://www.premiolec.pe/>

