

SDG

CORPORATE
TRACKER

PERÚ



Perú, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Reporte de resultados de la segunda edición del SDG Corporate Tracker

Lima: PNUD, agosto 2023

Equipo responsable

Bettina Woll, Representante Residente PNUD Perú

Carla Zacapa Zelaya, Representante Adjunta PNUD Perú

Franco Villagarcía González, Oficial de Prosperidad y Reducción de la Pobreza, PNUD Perú

Carlos De los Ríos, Economista Senior, PNUD Perú

Verónica Briceño Huerta, Especialista en Desarrollo Empresarial y ODS, PNUD Perú

Abril Godínez Quispe, Consultora PNUD Perú

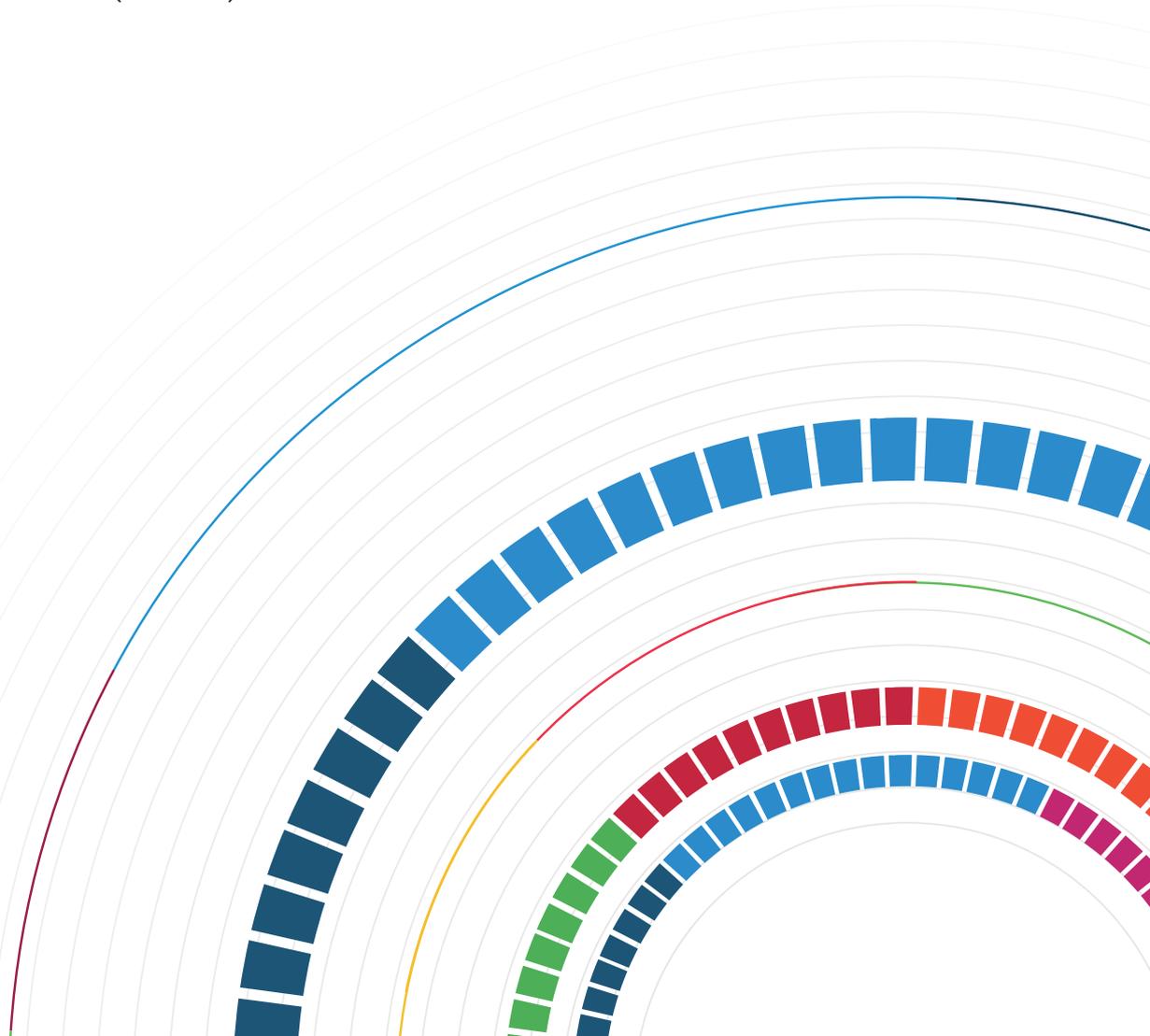
Redacción

Verónica Briceño Huerta, Especialista en Desarrollo Empresarial y ODS, PNUD Perú

Supervisión de diseño

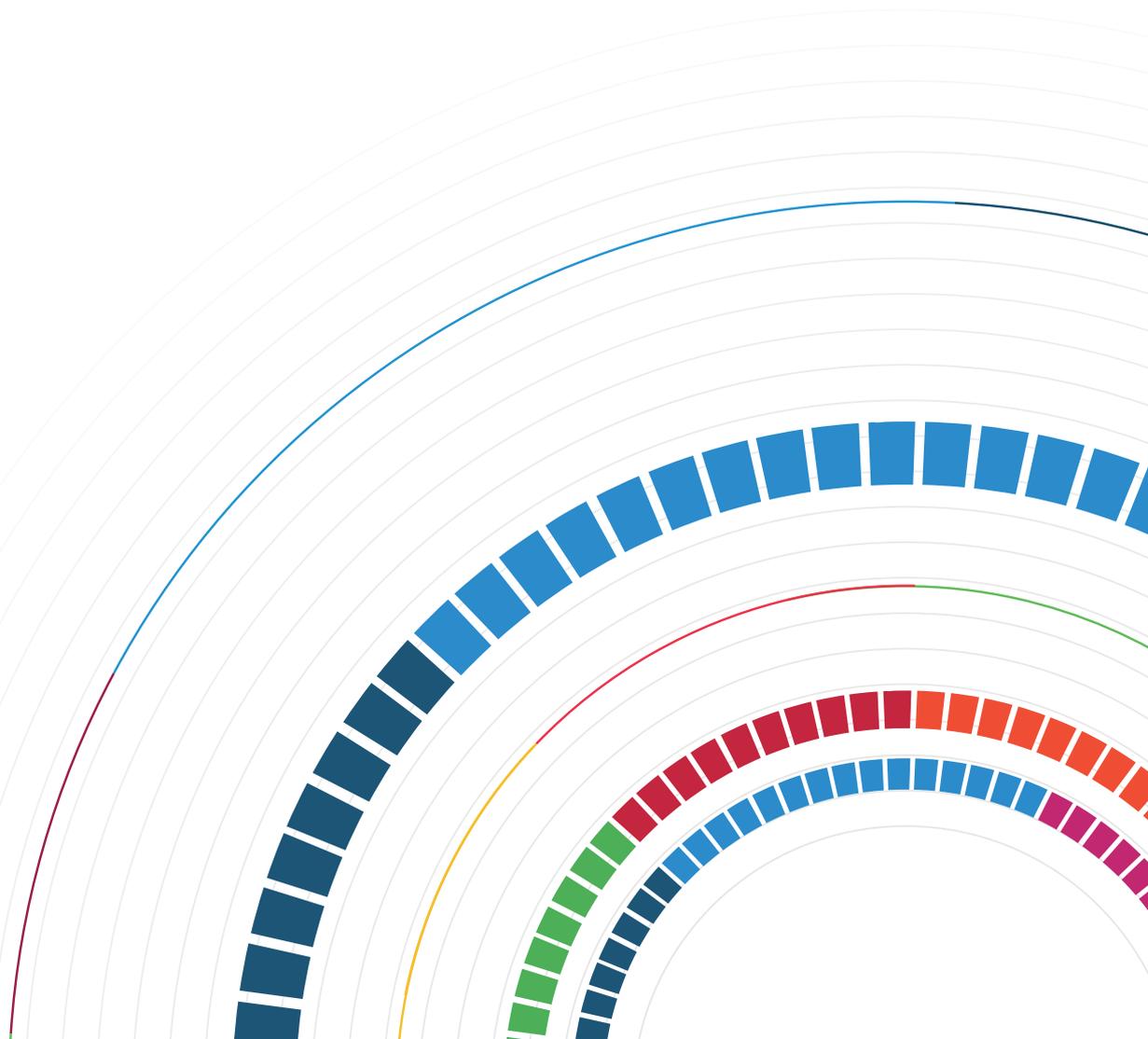
María Paula Nuñez Beingolea, Coordinadora de Comunicaciones de Prosperidad y Reducción de Pobreza, PNUD Perú

Con el agradecimiento especial al Coordinador Residente de Naciones Unidas, el Global Reporting Initiative (GRI), el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE), HumanizaRSE, Perú Sostenible, Kunan, y la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios del Perú (ADI Perú).

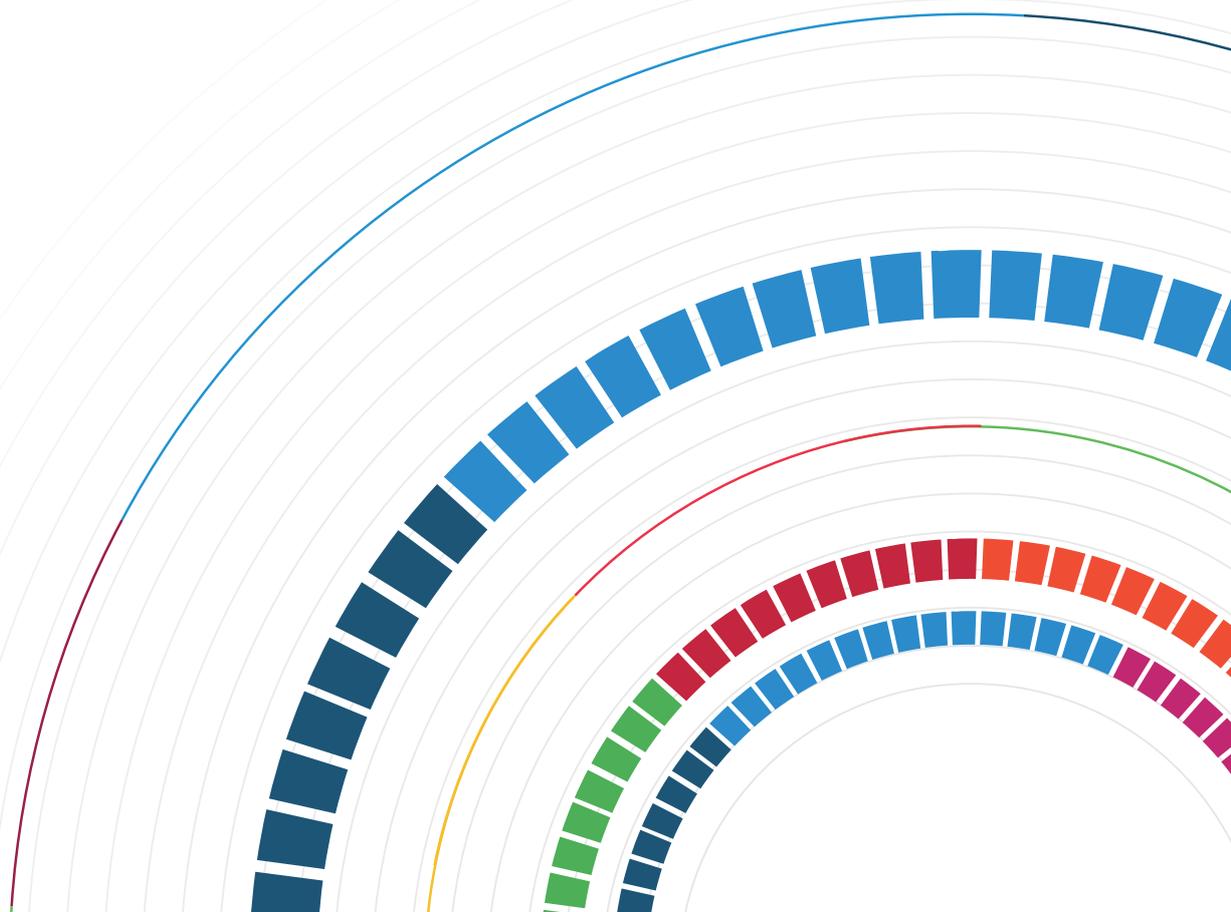


Acrónimos

| | |
|----------|---|
| ADI PERU | Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios |
| CIIU | Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas |
| CONFIEP | Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas |
| GRI | Iniciativa Global de Reporte |
| INEI | Instituto Nacional de Estadística e Informática |
| OCR | Oficina del Coordinador Residente |
| ODM | Objetivos de Desarrollo del Milenio |
| ODS | Objetivos de Desarrollo Sostenible |
| OIT | Organización Internacional del Trabajo |
| PNUD | Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo |
| SNMPE | Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía |
| UNCTAD | Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo |
| UNICEF | Fondo de las Naciones Unidas por el la Infancia |

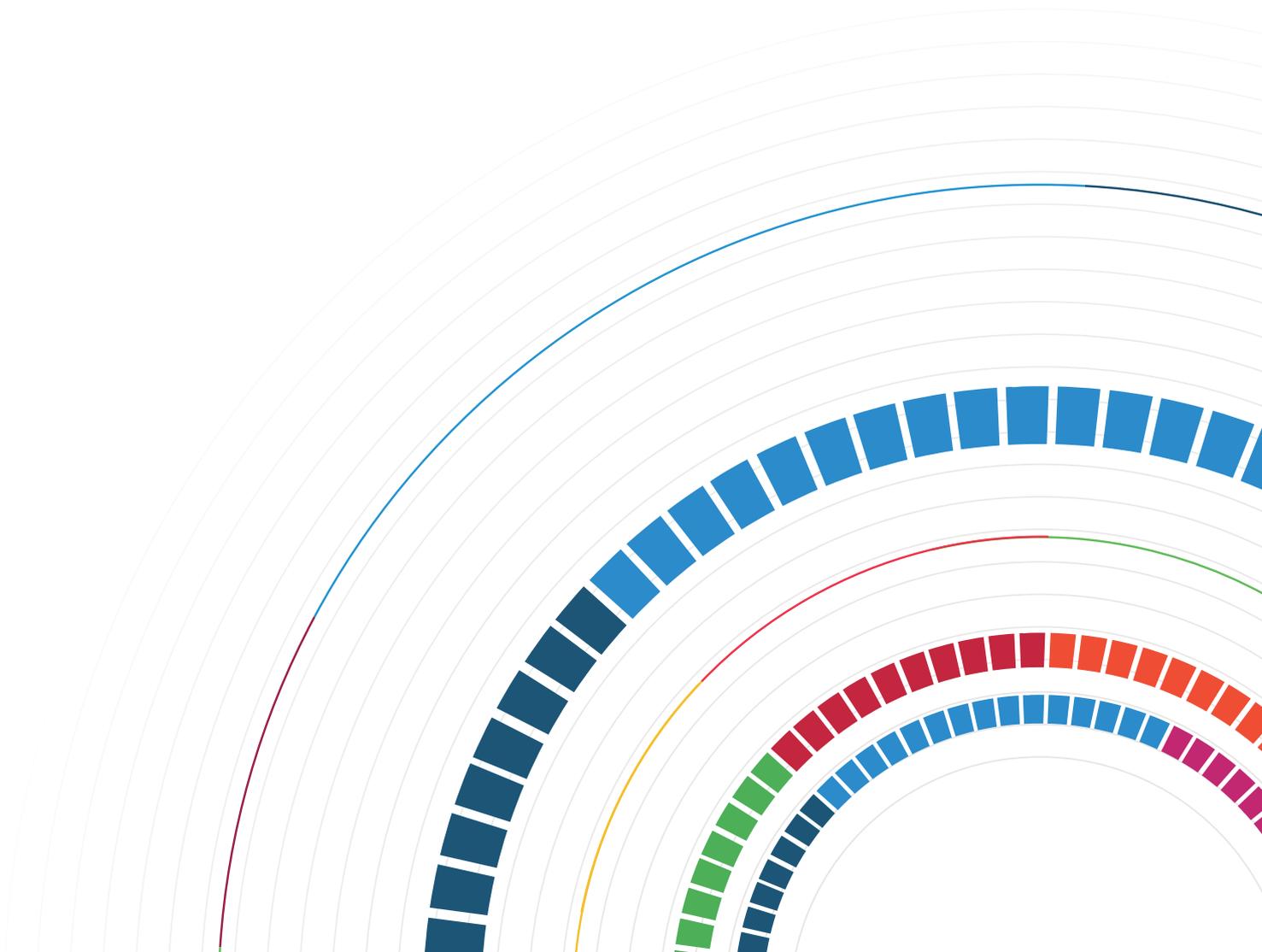


| | |
|---|----|
| Índice general | 04 |
| Prólogo | 08 |
| Antecedentes | 10 |
| Metodología | 11 |
| 1. Objetivo | 12 |
| 2. Público objetivo | 12 |
| 3. Implementación de mejoras | 12 |
| 4. Levantamiento de información | 13 |
| 5. Dimensiones de la Agenda 2030 | 15 |
| 6. Incorporación del módulo Niñez y Adolescencia: | 16 |
| Caracterización de las empresas | 17 |
| Resultados generales | 22 |
| 1. Institucionalización de los ODS | 24 |
| 2. Transversalización de los ODS en los procesos | 27 |
| 2.1. Entradas | 27 |
| 2.1.1. Consumo de agua | 28 |
| 2.1.2. Insumos y gestión de proveedores | 30 |
| 2.1.3. Consumo de energía | 33 |
| 2.2. Recursos humanos | 34 |
| 2.3. Salidas | 38 |
| 2.3.1. Residuos sólidos | 38 |
| 2.3.2. Emisiones | 41 |
| 3. Iniciativas estratégicas: Un paso adelante | 43 |
| 3.1. Donaciones | 44 |
| 3.2. Iniciativas no obligatorias | 45 |
| 4. Gestión de alianzas | 57 |
| Módulo adicional: Niñez y Adolescencia | 55 |
| Bibliografía | 68 |
| Anexos | |



Índice de tablas

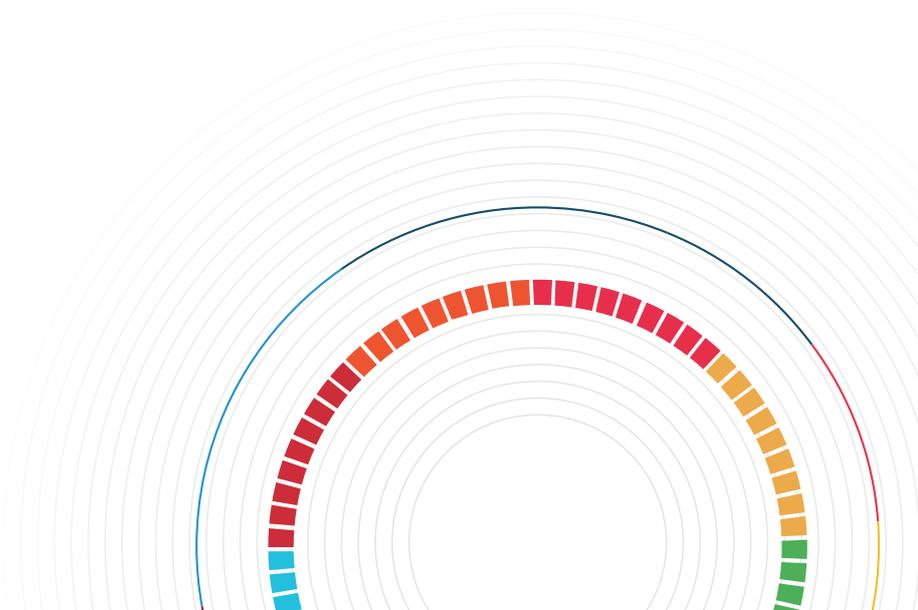
| | |
|---|----|
| Tabla 1: Secciones de la encuesta | 14 |
| Tabla 2: Gasto promedio en proveedores (en soles) | 31 |

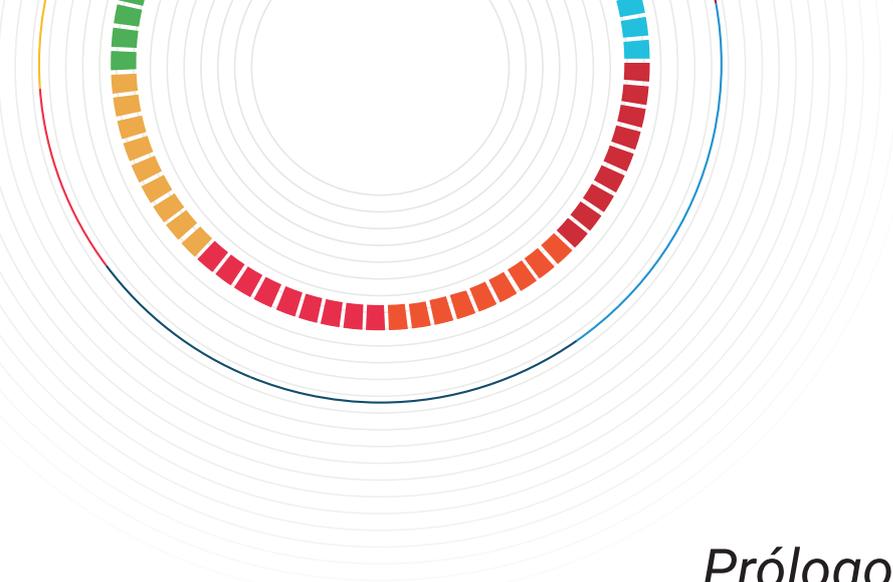


Índice de gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Cinco dimensiones de la Agenda 2030 | 16 |
| Gráfico 2: Tamaños de las empresas | 19 |
| Gráfico 3: Participación de las empresas en los sectores | 19 |
| Gráfico 4: Regiones en donde las empresas operan | 20 |
| Gráfico 5: Empresas que realizan reporte de sostenibilidad | 20 |
| Gráfico 6: Identificación de marcos de trabajo | 21 |
| Gráfico 7: Priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible | 23 |
| Gráfico 8: Priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por tamaño de empresa | 24 |
| Gráfico 9: Políticas para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible | 26 |
| Gráfico 10: Políticas para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por tamaño de empresa | 26 |
| Gráfico 11: Identificación de los indicadores ODS dentro de los procesos productivos de una empresa | 27 |
| Gráfico 12.1: Consumo de agua según tipo de uso | 28 |
| Gráfico 12.2: Empresas que miden el consumo de agua | 29 |
| Gráfico 13: Empresas que consumen agua recirculada | 29 |
| Gráfico 14: Rangos de consumo de agua recirculada | 30 |
| Gráfico 15: Rangos de proveedurías con MIPYMEs | 31 |
| Gráfico 16: Empresas que exigen cuenta bancaria a sus proveedores | 32 |
| Gráfico 17: Empresas que consumen energía renovable | 33 |
| Gráfico 18: Participación de las mujeres en los diferentes niveles de la empresa | 35 |
| Gráfico 19: Promedio de empleos generados | 35 |
| Gráfico 20: Empresas que registran los accidentes laborales dentro de sus operaciones | 36 |
| Gráfico 21: Empresas que cuentan con un marco para la aplicación de amonestaciones en el ámbito laboral | 37 |
| Gráfico 22: Empresas que cuentan con mecanismo de diálogo | 37 |
| Gráfico 23: Empresas que cuenta con organizaciones sindicales | 38 |
| Gráfico 24: Empresas que usan el método de segundo uso | 39 |
| Gráfico 25: Empresas que usan el método de disposición final | 40 |
| Gráfico 26: Empresas que utilizan material reciclado | 40 |
| Gráfico 27: Empresas que miden el reciclaje de materiales | 41 |
| Gráfico 28: Empresas que registran sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) | 42 |
| Gráfico 29: Medición de emisiones CO2 | 42 |
| Gráfico 30: Empresas que realizan donaciones | 44 |
| Gráfico 31: Poblaciones priorizadas en las donaciones | 45 |
| Gráfico 32: ODS priorizados por las empresas en intervenciones priorizadas | 46 |
| Gráfico 33: ODS priorizadas por las empresas en intervenciones voluntarias, por tamaño de empresa | 46 |
| Gráfico 34: Tamaño de las empresas que cuentan con iniciativas voluntarias | 47 |
| Gráfico 35: Usuarios beneficiados por las iniciativas voluntarias | 47 |
| Gráfico 36: Empresas que miden el impacto de sus iniciativas | 48 |
| Gráfico 37: ODS priorizados por parte de las empresas que miden el impacto de sus iniciativas | 49 |
| Gráfico 38: Empresas que miden el impacto de sus iniciativas y el uso de indicadores | 49 |
| Gráfico 39: Dimensiones priorizadas por las empresas para las alianzas | 50 |
| Gráfico 40: Tipos de alianzas | 51 |
| Gráfico 41: Tipos de alianzas dentro del ODS 16 | 51 |

| | |
|---|----|
| Gráfico 42: Tipos de aportes en las alianzas | 52 |
| Gráfico 43: Actores priorizados por las empresas en las alianzas | 52 |
| Gráfico 44: Empresas que registran incidentes de violencia o conflicto social | 53 |
| Gráfico 45: Empresas que cuentan con un mecanismo formal de diálogo o resolución de conflictos sociales | 54 |
| Gráfico 46: Grupos a los cuales se dirige la política corporativa para prevenir el trabajo infantil | 57 |
| Gráfico 47: Empresas que cuenta con políticas corporativas orientadas a la familia, por sector productivo | 57 |
| Gráfico 48: Áreas de intervención contenidas en las políticas orientadas a la familia por parte de las empresas | 58 |
| Gráfico 49: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la crianza positiva | 59 |
| Gráfico 50: Empresas que realizan acciones hacia la comunidad sobre la crianza positiva | 59 |
| Gráfico 51: Empresas que ofrecen a sus colaboradores acciones para fomentar el aprendizaje temprano de sus hijas e hijos, por sector productivo | 60 |
| Gráfico 52: Empresas que promueven el acceso de niñas y niños a la escuela primaria en su comunidad, por sector productivo | 61 |
| Gráfico 53: Empresas que realizan acciones para promover la culminación de la secundaria en su comunidad, por sector productivo | 61 |
| Gráfico 54: Empresas que ofrecen soporte para la culminación de la educación escolar de las hijas e hijos de sus trabajadores | 62 |
| Gráfico 55: Acciones que realizan las empresas para contribuir al razonamiento matemático en estudiantes de secundaria | 62 |
| Gráfico 56: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la comprensión lectora en estudiantes de secundaria | 63 |
| Gráfico 57: Acciones para reducir la anemia infantil, por edad | 63 |
| Gráfico 58: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la salud de los adolescentes | 64 |
| Gráfico 59: Empresas que cuentan con disposición para incrementar la empleabilidad de adolescentes en la comunidad, por sector productivo | 65 |
| Gráfico 60: Acciones que realizan las empresas para promover la empleabilidad de adolescentes en la comunidad | 65 |





Prólogo

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Con la aprobación en 2015 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), una iniciativa impulsada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), nace un trascendental, pero también urgente llamado a la acción, donde no solo se convocan a los gobiernos y sociedad civil, sino también a las empresas, a convertirse en agentes transformadores en un contexto de incertidumbre para las personas y el planeta.

Los ODS surgen como un marco de trabajo que permite alinear las distintas visiones del desarrollo para evidenciar la interconexión que tienen los diversos desafíos que enfrentamos como país. Además, son una oportunidad para promover acciones conjuntas para el cierre de brechas, integrando al gobierno, la sociedad civil, la academia y el sector empresarial.

A siete años del tiempo límite trazado para alcanzarlos, el llamado a la acción del sector privado ha demostrado avances, pero también desafíos en la consecución de los ODS. En este escenario, surge en 2019 el SDG Corporate Tracker del PNUD, una herramienta que busca alinear las acciones empresariales con los ODS, en alianza con el Global Reporting Initiative (GRI) y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). Esto ha permitido una articulación entre el gobierno y el sector privado.

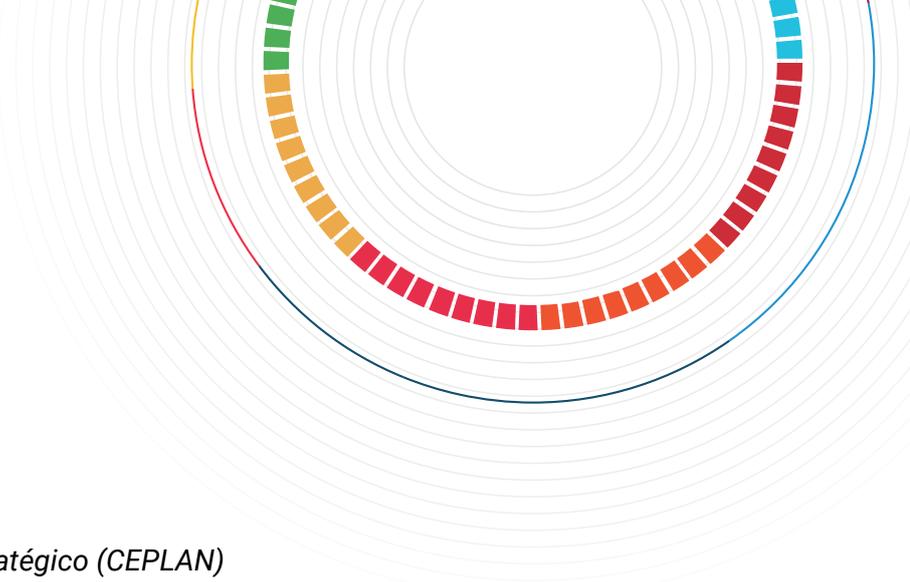
Con el uso de esta herramienta, cada empresa participante puede identificar sus principales contribuciones a los ODS, conocer cómo se encuentra en relación con las demás empresas, y priorizar los indicadores con mayor potencial de tener un alto impacto en el desarrollo desde su modelo de negocio.

La convocatoria del SDG CT se realizó bajo un escenario de múltiples crisis. Las grandes, medianas y pequeñas empresas enfrentaban, al igual que otros sectores, una serie de desafíos económicos y sociales para su gestión luego de la pandemia. A pesar de ello, las 126 empresas que integran la segunda edición del SDG CT demuestran un sólido compromiso para entender sus aciertos y desafíos. Este es un aspecto que valoramos y reconocemos.

En las siguientes páginas, presentamos los resultados de la segunda medición del SDG Corporate Tracker, transcurrida en 2022, donde se busca resaltar el rol que el sector privado puede jugar para marcar una diferencia en el avance de los ODS. Esta es nuestra invitación a las empresas a asumir este desafío compartido con todos y todas, para que nadie se quede atrás.

Bettina Woll

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo



Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN)

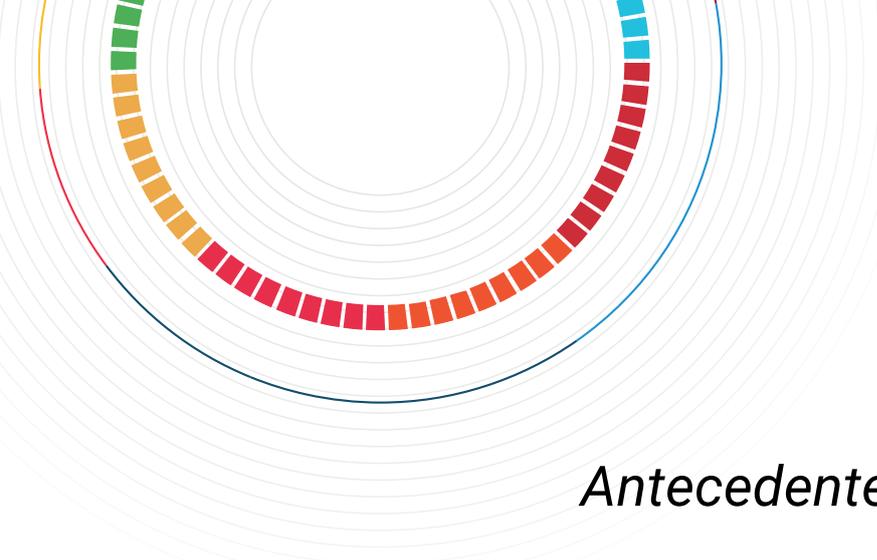
Contar con una visión de desarrollo es fundamental para la orientación de las políticas públicas, por ello, desde CEPLAN y con el apoyo de instituciones públicas y privadas, así como la academia y la sociedad civil, se logró aprobar el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional, como instrumento de desarrollo a mediano y largo plazo, el cual está estrechamente vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por ello, es que CEPLAN tiene como una de sus tareas la elaboración del Informe Nacional Voluntario, documento que evidencia el avance de los países en el logro de los ODS y que para su formulación requiere información tanto del sector público y privado de tal manera que se evidencie la situación del país con respecto a la consecución de la Agenda 2030.

En ese sentido, la información del SDG Corporate Tracker es una herramienta necesaria que permite visualizar los avances y desafíos del sector privado hacia los ODS y es por esa razón que, de la mano con el PNUD y otros actores, promueve la medición de los avances de la agenda 2030 en el sector empresarial, entendiendo la importancia en el desarrollo del país.

Giofianni Peirano

Presidente del Consejo Directivo del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN)



Antecedentes

El SDG Corporate Tracker (SDG CT) se desarrolló en Colombia por primera vez a través del liderazgo conjunto de PNUD Colombia y GRI, alianza que se trasladó a Perú desde el PNUD Perú en 2019, año en el que se llevó a cabo la primera edición logrando convocar a 76 empresas a nivel nacional.

Con el objetivo de continuar esta medición, en octubre 2022 se lanzó la segunda edición de la herramienta, la cual tuvo un alcance a 126 empresas de diversos tamaños y sectores a nivel nacional para medir su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La segunda edición de esta herramienta en Perú se llevó a cabo gracias a una alianza estratégica entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Global Reporting Initiative (GRI), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Oficina del Coordinador Residente de las Naciones Unidas en Perú (OCR), y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN).

Para el despliegue de la herramienta se diseñó una estrategia de trabajo en colaboración con aliados implementadores, actores empresariales comprometidos con la mejora de la sostenibilidad empresarial, quienes brindaron apoyo en la despliegue y acompañamiento a las empresas en el registro de información. Estas seis organizaciones fueron la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE), HumanizaRSE, Perú Sostenible, Kunan, y la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios del Perú (ADI Perú).

En este reporte, se presentan los resultados del registro de información realizado entre noviembre de 2022 y marzo de 2023. Estos resultados reflejan el compromiso y los esfuerzos de las empresas participantes para alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y contribuir a un futuro más sostenible para todos.



Metodología

1. Objetivo:

El objetivo de este reporte es presentar el segundo diagnóstico del alineamiento de las empresas privadas a nivel nacional respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), haciendo énfasis en los indicadores y aquellos objetivos donde se ha identificado que existe una relación mucho más directa.

2. Público objetivo:

La herramienta se encuentra dirigida hacia empresas de todos los tamaños, así como con presencia en diversos territorios a nivel nacional. Sumado a ello, con el objetivo de identificar las características específicas que reúnen determinados grupos de empresas, se articula con una diversidad de actores empresariales, tales como gremios empresariales, cámaras de comercio, organizaciones empresariales relacionadas a la sostenibilidad, entre otros.

3. Implementación de mejoras:

La segunda edición del SDG CT parte de los aprendizajes obtenidos en la primera edición de la herramienta, es así que, como parte de este proceso, se han incorporado principalmente 3 mejoras.

En primer lugar, con el objetivo de hacer más eficiente el proceso de compartir la información requerida, la encuesta se redujo en un 50 %. El retiro de las preguntas y secciones se basó en los índices de respuestas de la primera edición, así como en la retroalimentación brindada en espacios de validación de la encuesta con empresas de diversos sectores y tamaños.

En segundo lugar, la encuesta de la primera edición del SDG CT (2020) se alineó a los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), marco de reporte de sostenibilidad empresarial reconocido a nivel nacional. Sumado a ello, la segunda edición ha considerado como parte de su alineamiento la “Guía sobre indicadores básicos para entidades que informan sobre su contribución hacia la implementación de los ODS” desarrollada por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) y que identifica un número limitado de indicadores básicos de los ODS, basados en principios de información clave, criterios de selección, marcos principales de presentación de informes y prácticas de reportes de las compañías. Estos indicadores básicos tienen la intención de ser un punto de partida o de entrada en relación con la sostenibilidad y la presentación de informes de los ODS por las empresas, y, por lo tanto, buscan representar las revelaciones mínimas que las compañías necesitarían proporcionar para que los gobiernos puedan evaluar la contribución del sector privado a la implementación de los ODS.

En tercer lugar, se ha incluido una sección de preguntas enfocadas en medición de impacto, con el objetivo de conocer de manera preliminar la comprensión que tienen las empresas respecto a este punto, tomando en cuenta la importancia de ir más allá de las acciones y medir el impacto de las mismas.

4. Levantamiento de información:

El proceso de implementación del SDG Corporate Tracker partió desde la elaboración de un cuestionario consultado y validado con actores empresariales a través de entrevistas y grupos de discusión, así como también incluyendo las mejoras identificadas en su primera edición, garantizando así su pertinencia. Además, antes de que las empresas completaran el cuestionario, se llevaron a cabo capacitaciones y reuniones de trabajo con los aliados implementadores y las empresas participantes.

La encuesta de la segunda edición del SDG Corporate Tracker tuvo seis secciones principales, las primeras cinco correspondientes a las cinco dimensiones de la Agenda 2030 y la sexta enfocada al módulo de Niñez y Adolescencia, el cuál fue desarrollado por primera vez junto al Fondo de las Naciones Unidas por el Desarrollo (UNICEF).

Respecto a las cinco primeras secciones de la encuesta, se resalta el rol clave que tiene el sector privado para el avance en el logro de los ODS a través de cuatro secciones principales:

-Las políticas y sistemas de gestión se refieren al marco institucional que brinda respaldo, coherencia y una visión a largo plazo a las diversas iniciativas, acciones y adaptaciones realizadas por el sector privado en su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estas políticas y sistemas son fundamentales para garantizar el compromiso de las empresas en la integración efectiva de los ODS en su estrategia y operaciones. Proporcionan la base para una gestión sólida y estructurada, fomentando la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de áreas de mejora y la medición del progreso hacia metas específicas de los ODS. Al establecer políticas y sistemas de gestión sólidos, las empresas pueden impulsar un cambio significativo y contribuir de manera más efectiva.

-Las operaciones empresariales están compuestas por una variedad de procesos que requieren recursos, talento humano y la colaboración con diferentes grupos de interés, como empleados, comunidades locales, proveedores, entre otros. Es crucial reconocer cómo una gestión eficiente y sostenible de estas operaciones se relaciona directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con sus metas e indicadores. Al identificar y abordar los vínculos entre la gestión de operaciones y los ODS, las empresas pueden maximizar su contribución al desarrollo sostenible y generar un impacto positivo en diversos aspectos sociales, ambientales y económicos.

-Las Iniciativas estratégicas se refieren a las acciones que abarcan una amplia gama de actividades, como programas estratégicos de voluntariado corporativo, campañas de concientización ambiental o social, apoyo a grupos vulnerables específicos, donaciones monetarias o en especie, entre otras. El desarrollo de estas iniciativas representa recursos y acciones vitales para impulsar avances significativos hacia el logro de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A su vez permite a las empresas desempeñar un papel proactivo en la promoción del bienestar social y ambiental. Al impulsar estas iniciativas voluntarias, las empresas no solo contribuyen al logro de los ODS, sino que también fortalecen su reputación y credibilidad, generando confianza entre sus stakeholders y la sociedad en general. Además, estas acciones pueden generar sinergias y colaboración con otras organizaciones, tanto del sector público como del sector social, fomentando alianzas para enfrentar de manera conjunta los desafíos globales.

-La gestión de las alianzas está referida a acuerdos o colaboraciones que se llevan a cabo entre 2 o más organizaciones con el propósito de alcanzar objetivos comunes. Las organizaciones que pueden componer una alianza pueden ser empresas, así como también otros actores como gobierno (central, regional y local), sociedad civil, la academia, entre otros.

En consonancia con esta perspectiva, las secciones principales se entrelazan con las dimensiones de la Agenda 2030, tal como se ilustra en la Tabla 1. Sin embargo, es importante destacar que la dimensión de "Alianzas" se aborda de manera independiente debido a su naturaleza integral. Esta sección profundiza en cómo las empresas establecen y fomentan alianzas estratégicas para promover una conducta empresarial responsable y un impacto social positivo.

Por otra parte, la sección de "Operaciones empresariales" ajusta su enfoque en función de las dimensiones específicas de la Agenda 2030 a las que está vinculada. Por ejemplo, en el caso de la dimensión "Planeta", la cual está estrechamente relacionada con los ODS que tienen un impacto directo en la preservación de ecosistemas y la acción climática, la medición se concentra en evaluar el consumo de recursos naturales por parte de las empresas.

Tabla 1: Secciones de la encuesta

| Dimensiones | Secciones principales | | | |
|-------------|---------------------------------|--------------------------|--|----------|
| | Políticas y sistemas de gestión | Iniciativas estratégicas | Operaciones empresariales | Alianzas |
| Personas | ✗ | ✗ | — | ✗ |
| Planeta | ✗ | ✗ | ✗ (Manejo de recursos) | ✗ |
| Prosperidad | ✗ | ✗ | ✗ (Proveedores y RRH) | ✗ |
| Paz | ✗ | ✗ | ✗ (Relacionamiento con organizaciones sindicales) | ✗ |
| Alianzas | — | — | ✗ (Stakeholders) | — |

5. Dimensiones de la Agenda 2030:

De acuerdo a la Tabla 1, la encuesta cuenta con tres secciones transversales a las cinco dimensiones de la Agenda 2030 (Gráfico 1), dimensiones donde es clave relevar la importancia del rol de sector privado para lograr contribuciones más efectivas en el cierre de brechas.

En la dimensión de Personas, el sector privado contribuye al logro de los ODS comprendidos a través de la promoción de la dignidad y la igualdad entre todas las personas. Asimismo, las empresas pueden impulsar la igualdad de género y la inclusión social mediante políticas de diversidad e igualdad de oportunidades. Sumado a ello, el sector privado puede colaborar

en la provisión de servicios básicos, como la salud y la educación, a través de alianzas con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil.

En la dimensión de Planeta, el sector privado tiene un papel crucial en la protección del medio ambiente y la mitigación del cambio climático. Las empresas pueden implementar estrategias de gestión ambiental, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, adoptar energías renovables, entre otras prácticas. También pueden promover la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales en sus operaciones y cadenas de suministro.

En la dimensión de Prosperidad, las empresas desempeñan un papel fundamental en el crecimiento económico sostenible. Pueden promover la innovación y la inversión en tecnologías limpias para impulsar la productividad y la eficiencia en los procesos productivos. Asimismo, el sector privado puede contribuir a reducir las desigualdades económicas a través de políticas de remuneración justa y programas de inclusión financiera, como también pueden adoptar prácticas de producción y consumo sostenibles para minimizar su impacto ambiental.

En la dimensión de Paz, el sector privado puede contribuir a través de prácticas empresariales éticas y responsables, ello implica el respeto a los derechos humanos, la lucha contra la corrupción y la promoción de la transparencia en las operaciones comerciales. A su vez, las empresas pueden también fomentar la resolución pacífica de conflictos y la promoción del diálogo social en sus relaciones con los empleados, las comunidades y otras partes interesadas.

En la dimensión de Alianzas, el sector privado puede fortalecer la colaboración entre los diferentes actores para lograr un desarrollo sostenible. Las empresas pueden participar en alianzas público-privadas para abordar desafíos comunes, como la mejora de la infraestructura, el acceso a servicios básicos y la implementación de proyectos de desarrollo. Además, el sector privado puede apoyar iniciativas de sostenibilidad, como programas de inversión social, donaciones, actividades de voluntariado u otras acciones, para contribuir al bienestar de las comunidades y promover el progreso hacia los ODS.

Gráfico 1: Cinco dimensiones de la Agenda 2030



6. Incorporación del módulo Niñez y Adolescencia:

En la presente edición del SDG Corporate Tracker, en alianza con el Fondo de las Naciones Unidas por el Desarrollo (UNICEF), se incorpora el módulo de Niñez y Adolescencia. Este módulo consiste de 33 preguntas, enmarcadas en los temas de: (i) Política empresarial, (ii) Derechos, (iii) Crianza, (iv) Educación, (v) Salud, y (vi) Empleabilidad.

La inclusión de este módulo es de suma importancia, ya que, el sector privado es un aliado estratégico para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados a la niñez y adolescencia, así como los objetivos programáticos de UNICEF. Además, las empresas tienen un rol fundamental en promover el respeto a los derechos de la niñez y adolescencia en toda su área de influencia, desde sus operaciones y productos hasta sus comunicaciones. Esta responsabilidad implica garantizar que su actividad empresarial, incluyendo toda su cadena de valor, no solo no contribuya a vulnerar los derechos de la niñez y adolescencia, si no que los promueva y proteja.



Caracterización de las empresas

La segunda edición del SDG Corporate Tracker representa un enfoque destinado a evaluar hasta qué punto las 126 empresas participantes en esta herramienta están alineadas con los ODS y cómo contribuyen a los indicadores ODS prioritarios. Es importante señalar que, en el contexto peruano, donde existen más de 2.5 millones de empresas según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), estas 126 empresas que participaron en la segunda edición del SDG Corporate Tracker no pueden considerarse representativas del alineamiento y la contribución del sector privado peruano en su totalidad. Más bien, este ejercicio representa una exploración que nos brinda información valiosa sobre los avances y desafíos predominantes entre este grupo específico de empresas al esforzarse por adoptar prácticas empresariales más responsables.

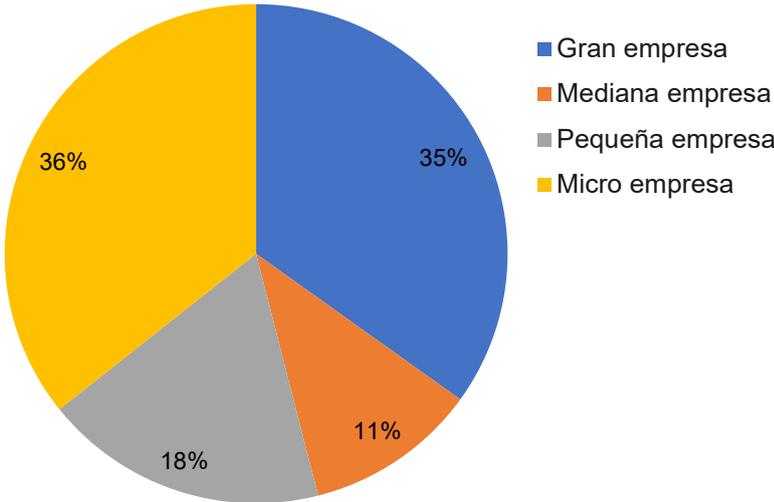
A través de esta segunda edición, hemos logrado identificar los indicadores de los ODS en los que las empresas, independientemente de su tamaño, muestran una mayor alineación. Además, se ha destacado que el tamaño de la empresa influye en cómo se priorizan ciertos aspectos, como la igualdad de género y el desarrollo de la cadena de valor. Esto nos ha permitido obtener una comprensión más diferenciada de cómo las empresas identifican y contribuyen a los ODS de manera específica, según sus propias capacidades y enfoques.

Este ejercicio no solo nos brinda una instantánea de las prácticas actuales del sector empresarial, sino que también nos proporciona información valiosa para enfocar futuros esfuerzos en áreas clave de desarrollo sostenible. A medida que avanzamos, este proceso continuo de evaluación y aprendizaje contribuirá a una colaboración más sólida entre las empresas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

1. Total de empresas: 126 empresas.¹

2. Tamaño de empresas: La mayoría de las empresas analizadas son grandes empresas (35 %) y microempresas (36 %). Luego, las pequeñas empresas tienen una menor participación con 18 % al igual que las medianas empresas con 11 %.

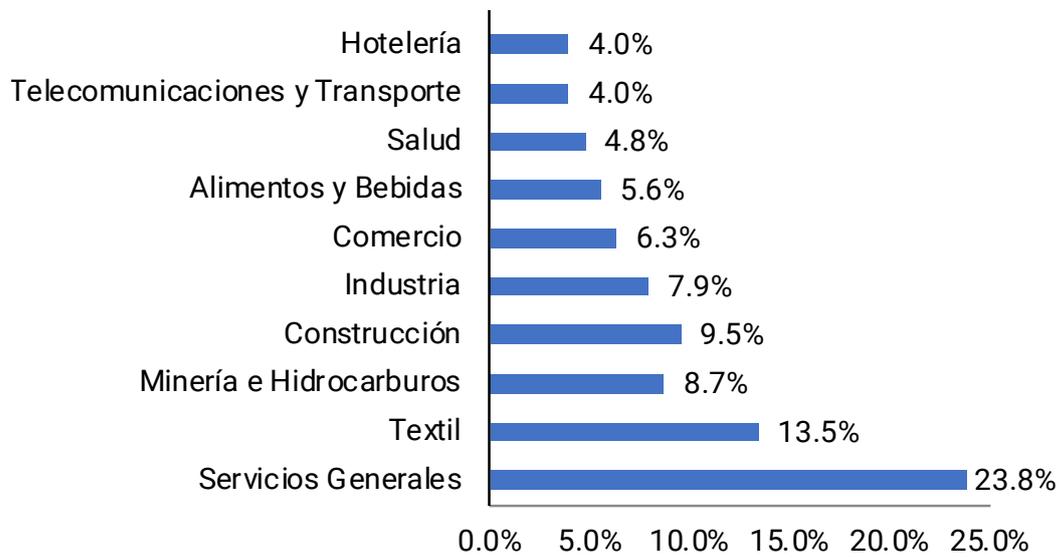
Gráfico 2: Tamaños de las empresas



¹Más de 250 empresas se registraron como participantes de la 2da edición del SDG -CT, sin embargo, se han considerado a 126 empresas con datos válidos, que corresponden a las empresas que han completado la sección de "Caracterización" (tamaño de la empresa, sector, número de trabajadores, entre otros) y que cuenten de manera acumulada con al menos un 50 % de la información presentada.

3. Representación de sectores:

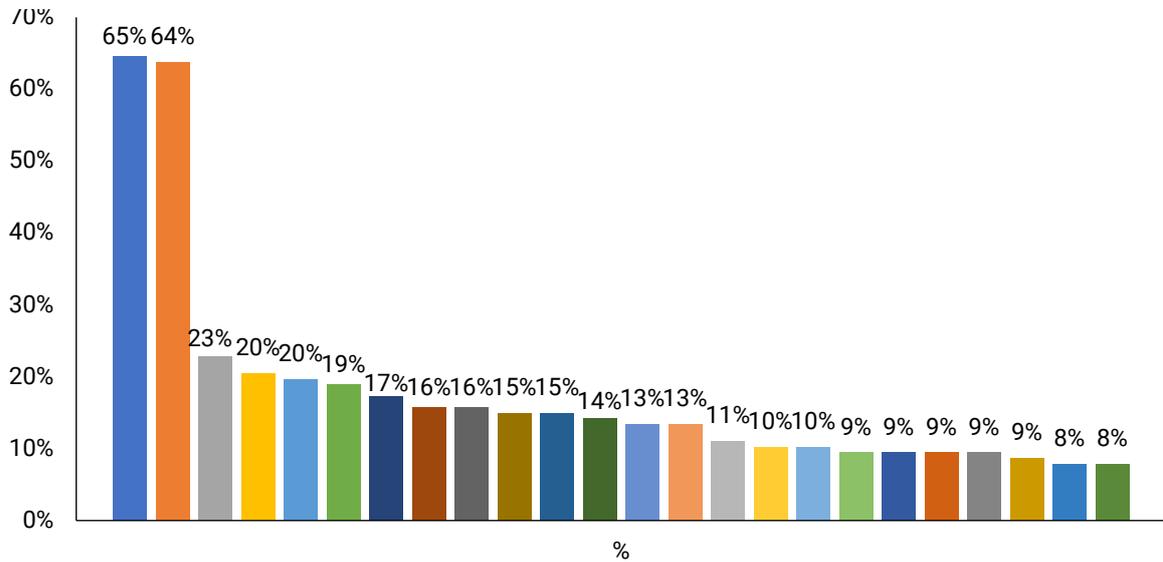
Gráfico 3: Participación de las empresas en los sectores



*El sector "Otro" contiene a aquellos sectores que cuentan con una representación menor al 3.9 %.

4. Representación de departamentos donde las empresas cuentan con operaciones:

Gráfico 4: Regiones en donde las empresas operan



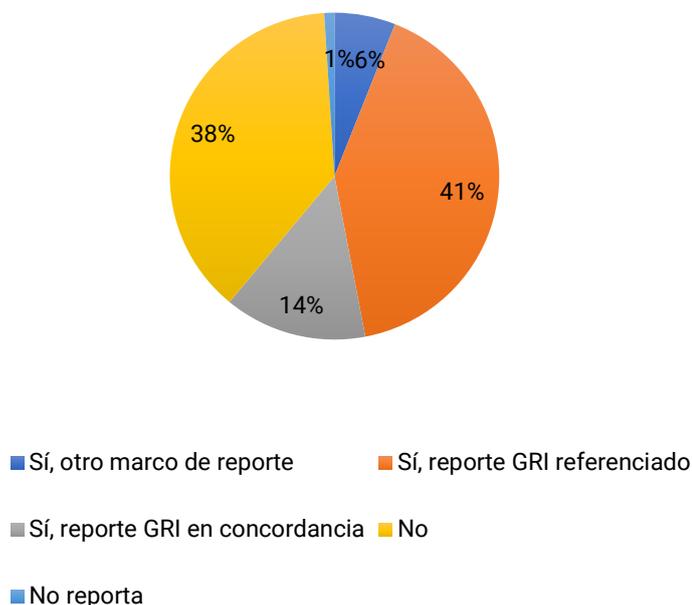
- Lima
- Arequipa
- Cusco
- La Libertad
- Ica
- Piura
- Moquegua
- Áncash
- Junín
- Cajamarca
- Puno
- Lambayeque
- San Martín
- Tacna
- Ucayali
- Huánuco
- Pasco
- Amazonas
- Apurímac
- Loreto
- Tumbes
- Huancavelica
- Ayacucho
- Madre de Dios

Si bien una empresa puede tener operaciones en diversos departamentos, aquellos donde hay una mayor presencia de empresas son Lima (la cual incluye también a la provincia constitucional del Callao) y Arequipa. El 65 % de empresas participantes del SDG CT cuentan con operaciones en Lima, seguido de Arequipa con un 64 %. Cabe indicar que la región de Arequipa cuenta con una mayor representación debido a la priorización de este territorio a través del alcance de uno de los aliados implementadores.²

² HumanizaRSE

5. Reportes de sostenibilidad:

Gráfico 5: Empresas que realizan reporte de sostenibilidad



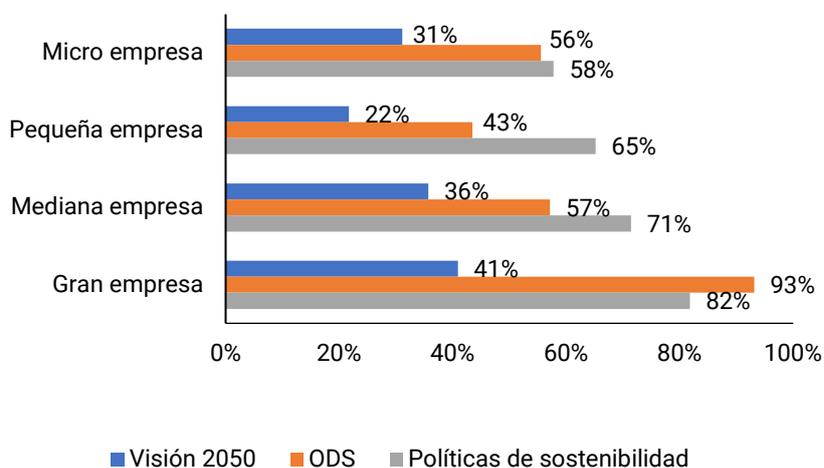
El 61 % de empresas analizadas realizó algún reporte de sostenibilidad correspondiente al 2021. Mientras que el 38 % no lo realizó y el 1 % no lo reporta. De las empresas que realizan reporte de sostenibilidad, el 41 % realizó un reporte GRI referenciado, el 14 % realizó un reporte GRI en concordancia y el 6 % realizó otro marco de reporte.

6. Lineamiento de sostenibilidad:

Por otro lado, la herramienta ha identificado la proporción de empresas que indican contar con políticas y/o estrategias de sostenibilidad, así como un alineamiento a los ODS y a la Visión del Perú al 2050.³

En esa línea, se observa que son las grandes empresas las que identifican en mayor medida un alineamiento a los ODS (93 %) y cuentan con una política de sostenibilidad que institucionaliza este ejercicio (82 %). Por el contrario, el alineamiento con la Visión del Perú al 2050 es incorporado por el 41 % de las grandes empresas.

Gráfico 6: Identificación de marcos de trabajo



³ <https://www.ceplan.gob.pe/visionperu2050/>



Resultados generales

Los ODS representan una guía global para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales más apremiantes de nuestro tiempo, por lo que es de vital importancia que las empresas se alineen a estos objetivos y trabajen en conjunto con los gobiernos, la sociedad civil y otros actores clave para su avance. Esto les brinda la oportunidad de formar parte de un movimiento colectivo que busca mejorar la calidad de vida de las personas y proteger el planeta.

Además, la alineación con los ODS puede generar beneficios significativos para las empresas. La implementación de prácticas sostenibles y la integración de los ODS en la estrategia empresarial pueden fortalecer la visión a largo plazo. Asimismo, son cada vez más los consumidores e inversores que valoran a las empresas que demuestran un compromiso claro con la sostenibilidad de manera estratégica.

Priorización de los ODS

El siguiente cuadro presenta un ranking de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que han sido priorizados por las empresas. A través de esta priorización, se busca destacar las áreas en las que las empresas manifiestan que están enfocando sus esfuerzos y promoviendo la rendición de cuentas en relación con su accionar.

Gráfico 7: Priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

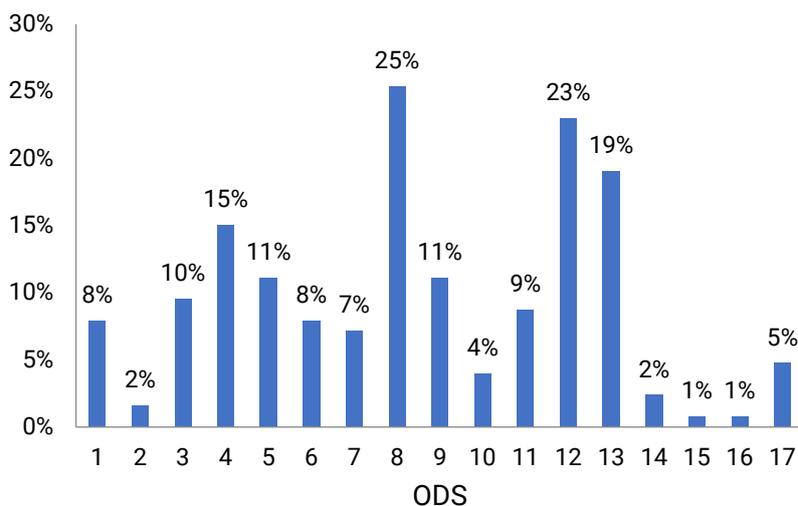
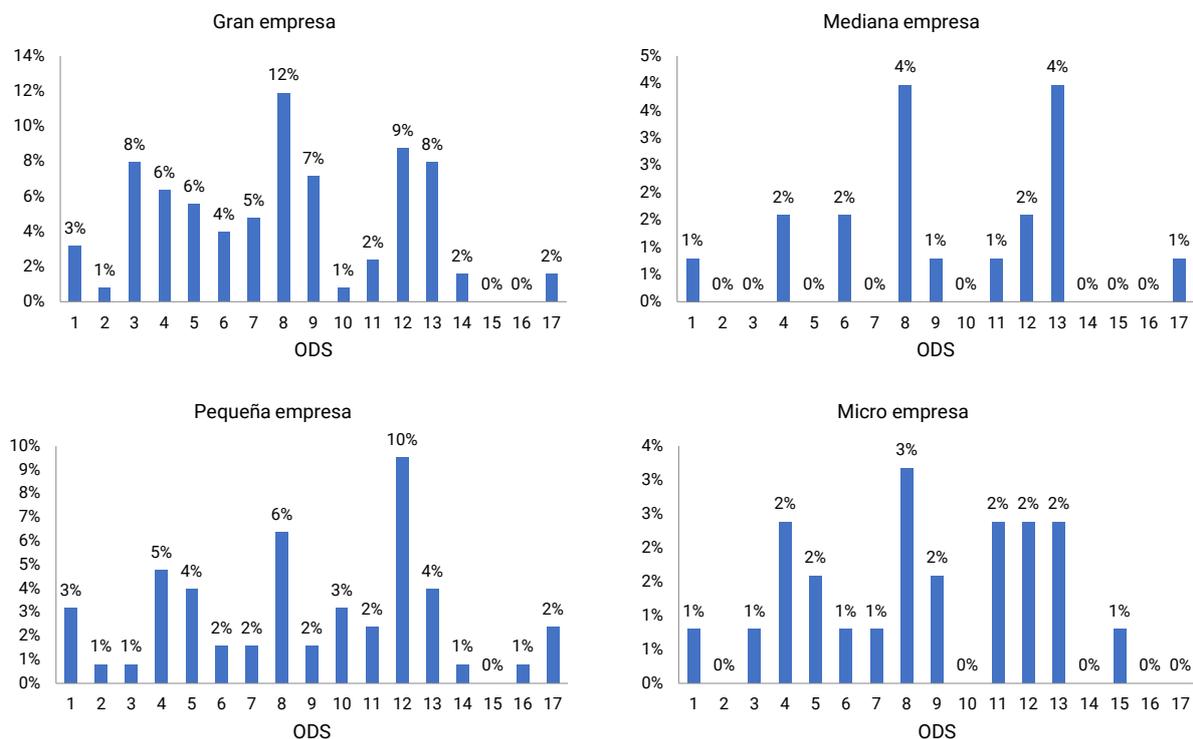


Gráfico 8: Priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por tamaño de empresa



El ejercicio de priorización evidencia que los ODS más priorizados son el 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), el 12 (Consumo y producción responsable) y el 13 (Acción por el clima). Por otro lado, los ODS menos priorizados son el 2 (Hambre Cero), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), representando en los últimos dos casos una representación de solo una empresa cada uno.

Al desagregar la priorización de ODS por tamaño de empresa, se evidencian algunas distinciones. Para el caso de las grandes, medianas y microempresas, la priorización de los tres primeros ODS sigue el mismo orden del total (8, 12 y 13); sin embargo, para el caso de las pequeñas empresas, el ODS más priorizado es el 12 (Consumo y producción responsable), seguido del 8 y luego del 13.

1. Institucionalización de los ODS:

Es fundamental que las empresas establezcan políticas sólidas, sistemas de gestión y/u otros compromisos formales que respalden y fundamenten su compromiso de contribuir de manera positiva a la sociedad. En consecuencia, estos compromisos permiten generar un impacto positivo coherente y sostenido en áreas clave, bajo un contexto global cada vez más consciente de la importancia de la conducta empresarial responsable.

En ese sentido, el SDG Corporate Tracker proporciona información sobre 21 tipos de políticas alineadas a los 17 ODS, las mismas que se detallan a continuación:

1. No discriminación de la mujer y promoción de la equidad de género
2. Promoción de la economía circular
3. Uso eficiente del agua

4. Prevención y remediación de derrames de sustancias peligrosas o tóxicas
5. Uso responsable del recurso energético
6. Promoción y equilibrio vida-trabajo
7. Inclusión y no discriminación laboral
8. Desarrollo de sus colaboradores
9. Seguridad y salud en el trabajo
10. Innovación, tecnología y desarrollo
11. Lucha anticorrupción
12. Transparencia
13. Prevención del trabajo forzoso
14. Prevención del trabajo Infantil
15. Prevención de la violencia contra la mujer
16. Prevención del hostigamiento sexual laboral
17. No discriminación por orientación sexual, raza, origen, opinión, idioma o cualquier condición
18. Protección de los derechos de la niñez y adolescencia
19. Prevención del trabajo infantil
20. Orientada a la familia
21. Sostenibilidad

Con respecto a las políticas más representativas, se observa que la más implementada (87 %) por parte de las empresas es la de “seguridad y salud en el trabajo”, la misma que si se analiza por tamaño de empresa es también la más priorizada por todos los tamaños a excepción de las microempresas, donde esta política pasa al segundo lugar y es reemplazada en el primer lugar por la “no discriminación de la mujer y promoción de la equidad de género”.

La implementación de políticas enfocadas en el desarrollo de colaboradores se ubica, a nivel general, en la segunda posición como la más implementada (85 %). Sin embargo, al desglosar esta cifra por tamaño de empresa se observa que se ocurre el mismo orden de priorización en las grandes y pequeñas empresas, mientras que en las micro ocupa la tercera posición, y en el caso de las medianas empresas desciende hasta la séptima ubicación.

Respecto a las políticas menos implementadas se observa a nivel general y también por tamaño de empresa que aquellas enfocadas en promover la “protección de los derechos de la niñez y adolescencia” y la “prevención y remediación de derrames de sustancias peligrosas o tóxicas” ubican estas posiciones.

Gráfico 9: Políticas para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

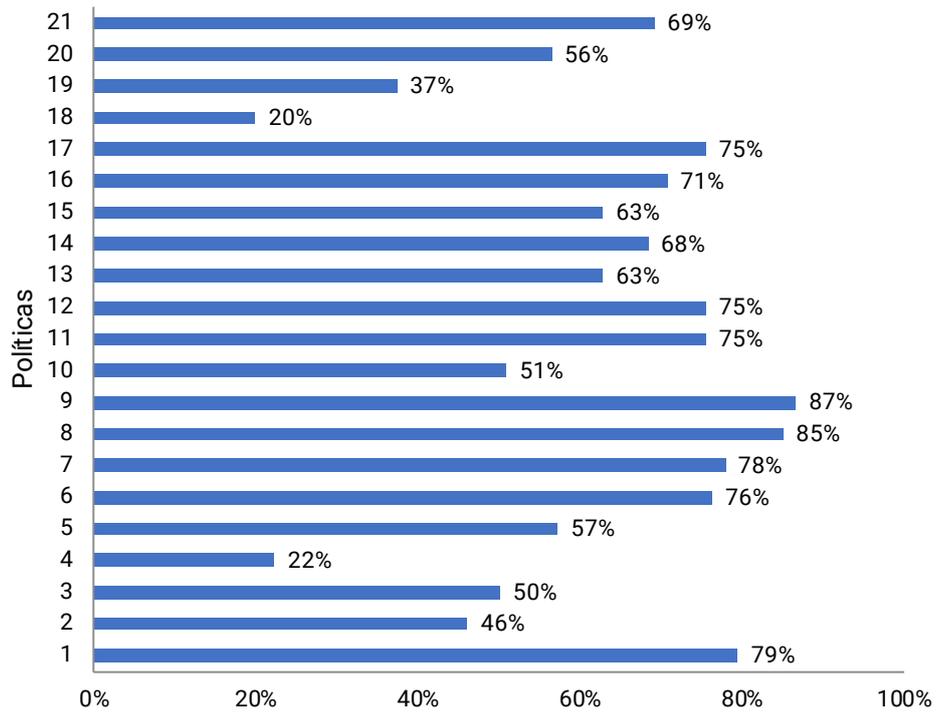
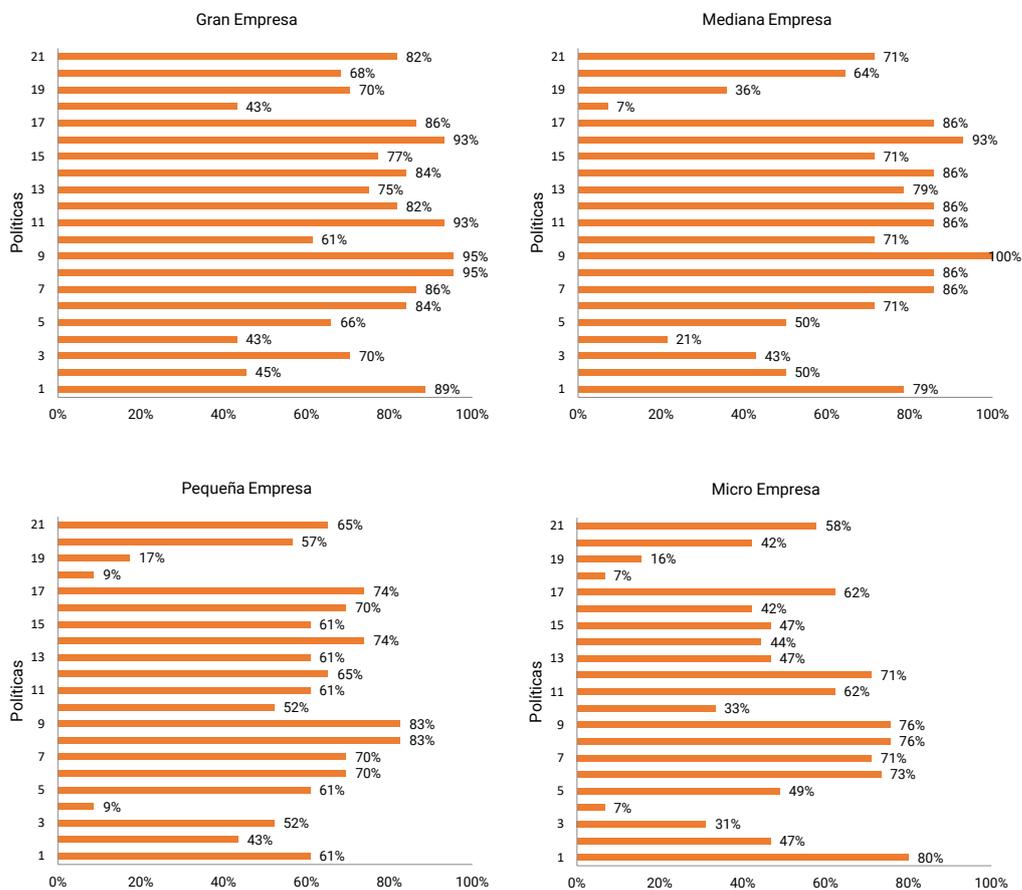


Gráfico 10: Políticas para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por tamaño de empresa



2. Transversalización de los ODS en los procesos

El siguiente gráfico ilustra la transversalización de los indicadores de los ODS en los procesos productivos y administrativos de las empresas, bajo un enfoque de los principales recursos que se consumen y generan como parte del desarrollo de los productos y/o servicios.

En este sentido, las empresas pueden identificar qué indicadores de los ODS se encuentran alineados a sus procesos de manera directa. En base a ello, el gráfico resalta cómo los indicadores de los ODS se relacionan a las operaciones empresariales, partiendo desde el consumo de recursos (círculo rojo), la gestión de los recursos humanos (círculo azul oscuro) y la generación de residuos y emisiones (círculo verde). Por ejemplo, el análisis del consumo de energía por parte de una empresa se relaciona de manera directa a los indicadores 7.3.1 (eficiencia en el consumo de energía) y 7.2.1 (consumo de energía renovable).

Gráfico 11: Identificación de los indicadores ODS dentro de los procesos productivos de una empresa



2.1. Entradas

Cada proceso empresarial demanda recursos (insumos) con el fin de elaborar los productos y/o servicios que serán proporcionados posteriormente a los clientes. Desde esta perspectiva, se destaca la coherencia entre el consumo de recursos implicados en todo proceso empresarial y los ODS, comenzando por recursos aplicables a toda industria, como la energía, el agua y materiales. Además, es fundamental considerar los recursos humanos, así como el relacionamiento que tiene la empresa con este stakeholder indispensable para el desarrollo óptimo de un producto y/o servicio.

2.1.1. Consumo de agua

La medición del consumo de agua por parte de las empresas juega un papel crucial en la promoción del ODS 6: "Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos". Al medir su consumo de agua, se puede identificar patrones y áreas de mayor consumo, lo que permite implementar estrategias eficientes para reducirlo. Esto no solo ayuda a optimizar costos operativos, sino que también disminuye su impacto ambiental al reducir la extracción de agua.

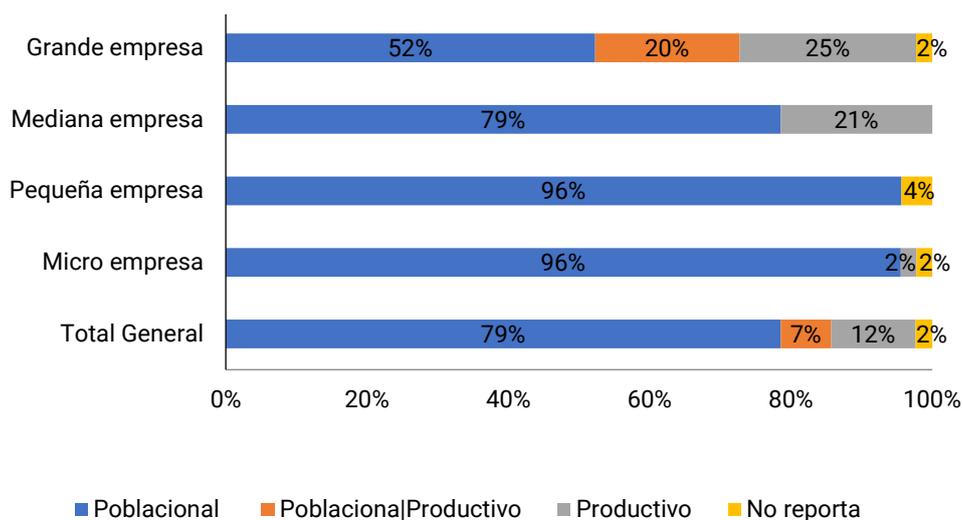
Sumado a ello, la medición del consumo de agua también está vinculada al ODS 12 sobre producción y consumo responsable. Al conocer su huella hídrica, las empresas pueden implementar medidas de eficiencia y promover una cultura empresarial enfocada en la conservación y el uso responsable de los recursos naturales. Esto contribuye a la reducción de la escasez de agua, mejora la calidad del agua y fomenta la equidad en su distribución, impactando positivamente en la vida de las personas y en el desarrollo sostenible de los territorios donde operan.

Eficiencia en el uso del agua (6.4.1)

Las empresas desempeñan un papel fundamental en la consecución del indicador 6.4.1 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que se refiere al cambio en el uso eficiente de los recursos hídricos a lo largo del tiempo. Para contribuir a este indicador, es crucial que las empresas monitoreen de manera periódica su consumo de agua y adopten prácticas que promuevan la reducción del consumo de este recurso.

En ese sentido, el SDG Corporate Tracker ha revelado datos importantes. Se observa que el 98 % de empresas indican que tienen un consumo diferenciado de agua (poblacional y/o productivo)⁴, siendo las MIPYMEs las que presentan en su gran mayoría (90 % en promedio) un consumo de agua solo poblacional.

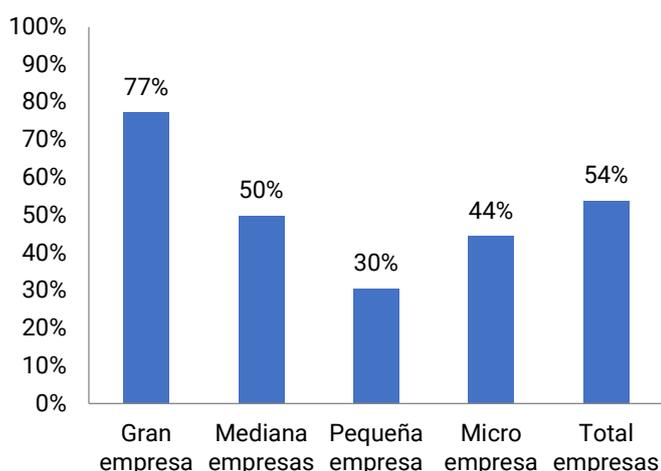
Gráfico 12.1: Consumo de agua según tipo de uso



A pesar del gran porcentaje (97.6 %) de empresas que reportan tener un consumo de agua diferenciado, sólo el 54 % indica la cifra del consumo en el periodo de reporte (2021).

⁴ El uso productivo esta referido a la utilización del agua en procesos de producción o previos a los mismos (Se ejerce mediante derechos de uso de agua otorgados por la Autoridad Nacional - ANA). El consumo de agua dirigido en su totalidad al consumo humano, como por ejemplo los colaboradores que laboran en oficinas, es considerada como "uso poblacional".

Gráfico 12.2: Empresas que miden el consumo de agua

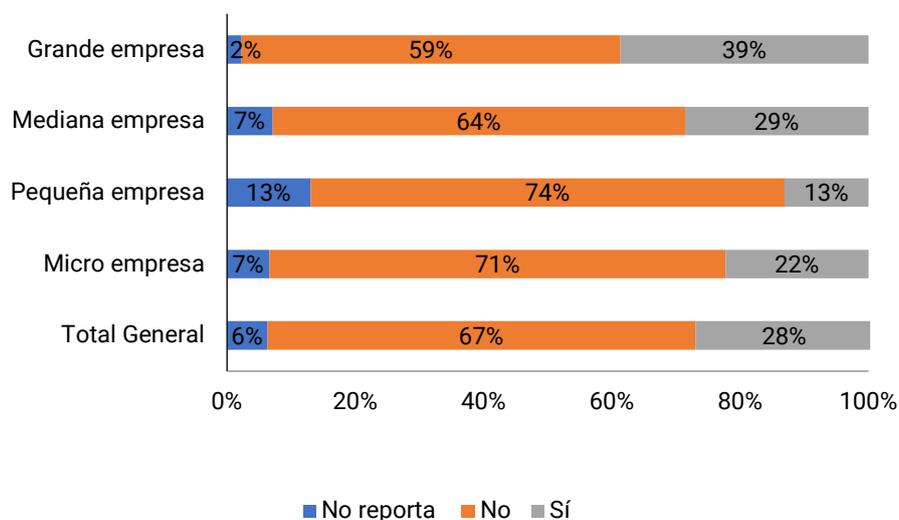


Reciclaje y reutilización del agua (6.3.1)

Por otro lado, la aplicación de buenas prácticas relacionadas a la reutilización de las aguas residuales que se hayan generado como resultado de los procesos de una empresa contribuyen en (1) reducir el consumo de agua proveniente de otras fuentes, (2) aprovechar mejor el uso de los recursos naturales y, como consecuencia, (3) incurrir en menos costos debido a la disminución de este consumo.

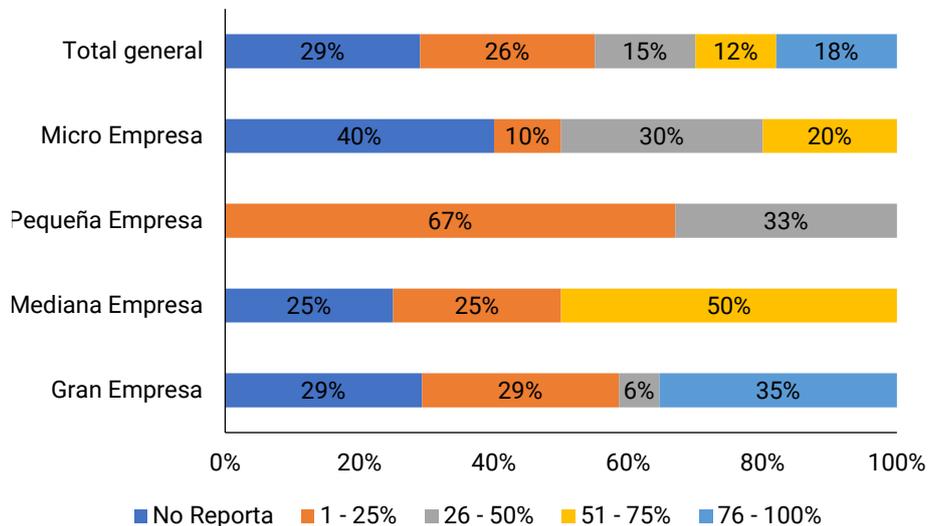
Esta práctica está alineada de manera directa al indicador 6.3.1 de los ODS (proporción de aguas residuales tratadas de manera adecuada). En base a ello, se ha identificado que en promedio el 27 % de empresas realiza esta práctica, siendo las grandes empresas las que tienen una mayor proporción en su uso, y dentro de este grupo aquellas pertenecientes a los sectores de (1) construcción y (2) minería e hidrocarburos son las que más aplican esta práctica, donde el 60 % y 50 % correspondientemente, reportan que aplican esta práctica.

Gráfico 13: Empresas que consumen agua recirculada



Si bien el 27 % de empresas reporta que reutiliza agua recirculada como parte de sus procesos, la medida en que lo realizan varía y se presenta en el siguiente gráfico, donde se observa que luego de aquellas empresas que no reportan el rango (en promedio 29 %), la gran mayoría de empresas (en promedio 26 %) se encuentran entre el 1 % y 25 % de reaprovechamiento de aguas residuales.

Gráfico 14: Rangos de consumo de agua recirculada



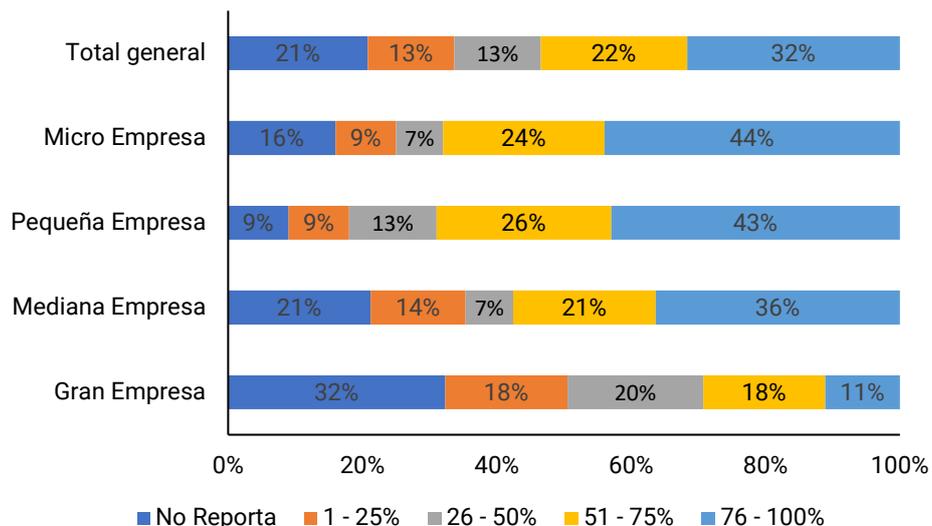
Con el objetivo de alinearse a los indicadores 6.4.1 (cambio en el uso eficiente de los recursos hídricos a lo largo del tiempo) y 6.3.1 (proporción de los flujos de aguas residuales domésticas e industriales tratados de manera adecuada), las empresas de todos los tamaños deben identificar y medir las variaciones en su consumo de agua de forma periódica e implementar prácticas para su uso eficiente. Una de estas prácticas es la reutilización de aguas residuales, el cuál si bien aún no es aplicada por la gran mayoría de empresas, representa un potencial en todos los tamaños de empresa.

2.1.2. Insumos y gestión de proveedores

Las empresas contribuyen al fortalecimiento del tejido empresarial a través de diversas acciones, siendo una de ellas la inclusión directa e intencional de MIPYMEs y/o negocios locales como proveedores. En esa línea, el indicador 9.3.1 de los ODS (proporción del valor añadido total del sector industrial correspondiente a las pequeñas industrias) contribuye en identificar esta cifra.

En base a los resultados del SDG CT, se observa que el 79 % de empresas cuentan con proveedores que sean MIPYMEs. Dentro de estas, son las pequeñas empresas las que en su mayoría trabajan con este tipo de proveedores, dado que más del 50 % de sus proveedores son MIPYMEs.

Gráfico 15: Rangos de proveedurías con MIPYMEs



Sumado a ello, en la siguiente tabla se presenta la distribución promedio del gasto en proveedores de manera general y dirigida a MIPYMEs. Cabe indicar que el detalle proporcionado representa al 48 % de las empresas participantes, tomando en cuenta que han sido estas las que proporcionaron sus cifras.

Sobre la base de la información presentada se evidencia que, si bien la proporción del gasto dirigido a MIPYMEs es menor en el caso de las grandes empresas, representa una cifra significativa, dado que multiplica por más de 7000 veces el gasto en proveedores de las microempresas.

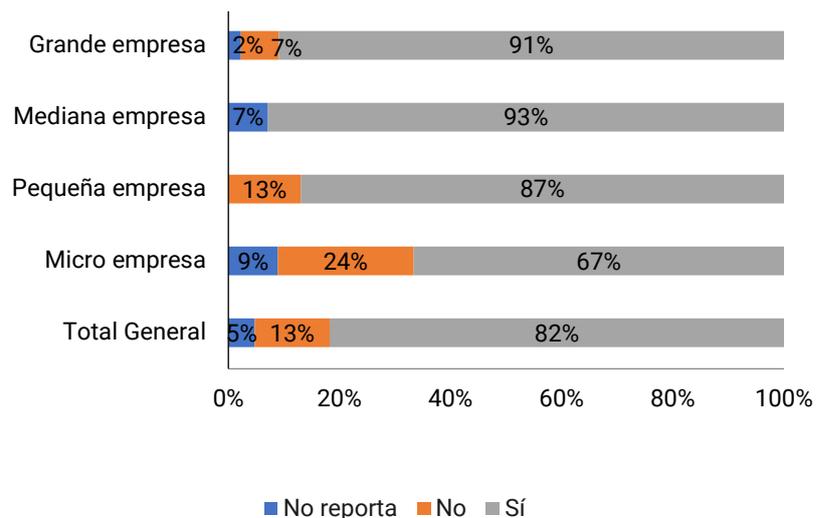
Tabla 2. Gasto promedio en proveedores (en soles)

| Tamaño | Gasto promedio en proveedores | Gasto promedio en proveedores MIPYMEs |
|-----------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| Gran Empresa | S/ 1,113,447,734.89 | S/ 354,913,437.59 |
| Mediana Empresa | S/ 209,694,355.67 | S/ 5,799,247.25 |
| Pequeña Empresa | S/ 632,540.50 | S/ 246,233.42 |
| Microempresa | S/ 96,695.27 | S/ 49,907.43 |

Por otro lado, las empresas pueden contribuir al indicador 8.10.2 de los ODS (proporción de adultos que tienen una cuenta en un banco u otra institución financiera o un proveedor de servicios de dinero móvil) enfocado en la promoción del acceso a los servicios bancarios o financieros, a través de la exigencia a sus proveedores de tener una cuenta bancaria.

En esa línea, se observa que el 82 % de las empresas contribuyen a este indicador, dentro de las cuáles las medianas empresas presentan un mayor índice de exigencia (93 %), seguidas de las grandes empresas (91 %).

Gráfico 16: Empresas que exigen cuenta bancaria a sus proveedores



Por otro lado, el indicador 12.2.2 (consumo material interno en términos absolutos, consumo material interno per cápita y consumo material interno por PIB) de la meta 12.2 relacionada a la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, puede también encontrarse alineada a la gestión empresarial partiendo desde el consumo de recursos, tales como aquellos provenientes de los bosques, fauna, flora, entre otros. Para ello se deberá tomar en cuenta la relevancia de la medición en base a si su consumo está directamente relacionado a la cadena de valor de la empresa.

El consumo de energía está estrechamente vinculado a la gestión empresarial, ya que cualquier proceso, independientemente del producto o servicio resultante, requiere el uso de este recurso. En este sentido, las empresas tienen la oportunidad de alinearse con el ODS 7 (Energía asequible y no contaminante) mediante la medición de su consumo y la adopción de fuentes alternativas, como la energía renovable.

Al medir y reducir su consumo, las empresas no solo pueden generar ahorros significativos en costos, sino también contribuir a la conservación de los recursos naturales y la reducción de emisiones contaminantes.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, las empresas pueden contribuir al indicador 7.3.1 (intensidad energética medida en función de la energía primaria y el PIB) al medir su consumo de energía de manera periódica e implementar buenas prácticas que promuevan una reducción sostenida del consumo de este recurso. En esa línea, la información proporcionada por las empresas evidencia que el 87 % realiza un registro del consumo de energía, siendo esta proporción mayoritaria en el caso de las grandes empresas (98 %) y con una tendencia a una menor tasa de registro conforme se llega a las microempresas (78 %).

2.1.3. Consumo de energía

Eficiencia en el consumo (7.3.1)

El consumo de energía está estrechamente vinculado a la gestión empresarial, ya que cualquier proceso, independientemente del producto o servicio resultante, requiere el uso de este recurso. En este sentido, las empresas tienen la oportunidad de alinearse con el ODS 7 (Energía asequible y no contaminante) mediante la medición de su consumo y la adopción de fuentes alternativas, como la energía renovable.

Al medir y reducir su consumo, las empresas no solo pueden generar ahorros significativos en costos, sino también contribuir a la conservación de los recursos naturales y la reducción de emisiones contaminantes.

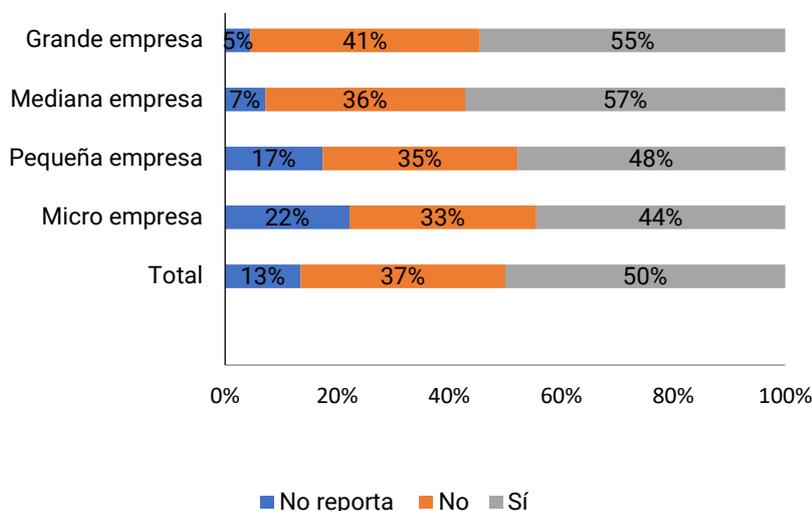
Tomando en cuenta lo antes mencionado, las empresas pueden contribuir al indicador 7.3.1 (intensidad energética medida en función de la energía primaria y el PIB) al medir su consumo de energía de manera periódica e implementar buenas prácticas que promuevan una reducción sostenida del consumo de este recurso. En esa línea, la información proporcionada por las empresas evidencia que el 87 % realiza un registro del consumo de energía, siendo esta proporción mayoritaria en el caso de las grandes empresas (98 %) y con una tendencia a una menor tasa de registro conforme se llega a las microempresas (78 %).

Asimismo, tomando en cuenta que las operaciones de las grandes implican mayores recursos, se observa que el consumo promedio de energía es efectivamente mayor en el caso de estas empresas, con una tendencia hacia un menor consumo conforme se llega a las microempresas.

Consumo de energías renovables (7.2.1)

La adopción de fuentes alternativas de energía en las empresas optimiza su consumo y promueve la eficiencia energética. Sobre ello, se observa que el 50 % de las empresas consume energías renovables, de las cuáles son las medianas empresas donde se observa un mayor índice de reporte (57 %), seguidas de las grandes empresas (55 %).

Gráfico 17: Empresas que consumen energía renovable



2.2. Recursos humanos

Paridad de género (8.5 y 5.5.2)

Las empresas juegan un rol fundamental en el avance de los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y ODS 5 (Igualdad de género) mediante la creación de entornos laborales sostenibles y equitativos que promuevan empleos justos que respeten los derechos humanos y fomenten la igualdad de oportunidades.

La promoción del empleo bajo estas condiciones fomenta la diversidad y la inclusión dentro del personal, lo cual aporta diferentes perspectivas, fortalece la creatividad y la innovación, y mejora la toma de decisiones, lo cual puede resultar en un aumento de la productividad y la competitividad de la empresa.

En esa línea, es fundamental abordar las brechas de género en el ámbito laboral para generar empleos que efectivamente promuevan la igualdad de oportunidades, tomando en cuenta que esto contribuye en crear un entorno inclusivo que valora y aprovecha plenamente el potencial y las habilidades de todas las personas, sin importar su género.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, las empresas pueden contribuir de manera directa en la meta 8.5 de los ODS: “De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”.

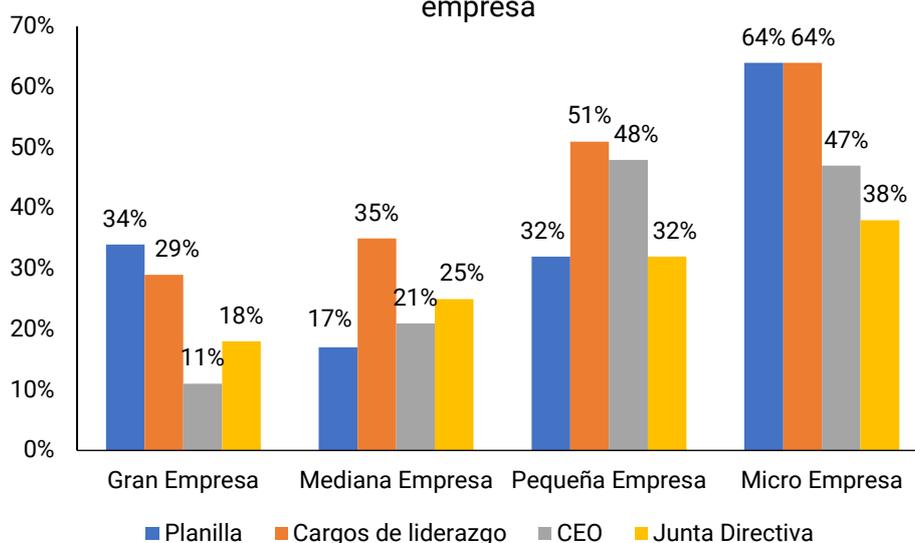
Medirse en base a esta meta implica diversas acciones, tales como: (1) identificar la participación de las mujeres en los distintos niveles de las empresas (empleados, cargos de jefaturas, gerencia general, juntas directivas, entre otros); (2) identificar las brechas salariales existentes en estos niveles y; (3) implementar acciones que promuevan el cierre de las brechas identificadas. Cabe indicar que, al medir la proporción de mujeres en cargos de liderazgo, tales como los puestos de jefaturas, gerencia general (CEO) y juntas directivas contribuye directamente al indicador 5.5.2 de los ODS (proporción de mujeres en cargos directivos).

En esa línea, el SDG Corporate Tracker ha identificado la participación femenina que existe en los niveles antes mencionados, donde se observa, de manera general, la tendencia de que conforme el tamaño de la empresa sea menor, la participación de mujeres en los diversos niveles incrementa.

Sin embargo, esta tendencia tiene un comportamiento distinto en lo relacionado a paridad de género en la planilla de las empresas, donde se identifica que en el caso de las medianas este indicador disminuye en un 17 % comparado con las grandes.

Por otro lado, se reconoce que las microempresas presentan en todos los niveles, exceptuando juntas directivas, una mayor proporción de mujeres, donde en casos como planillas y cargos de liderazgo superan el 60 %.

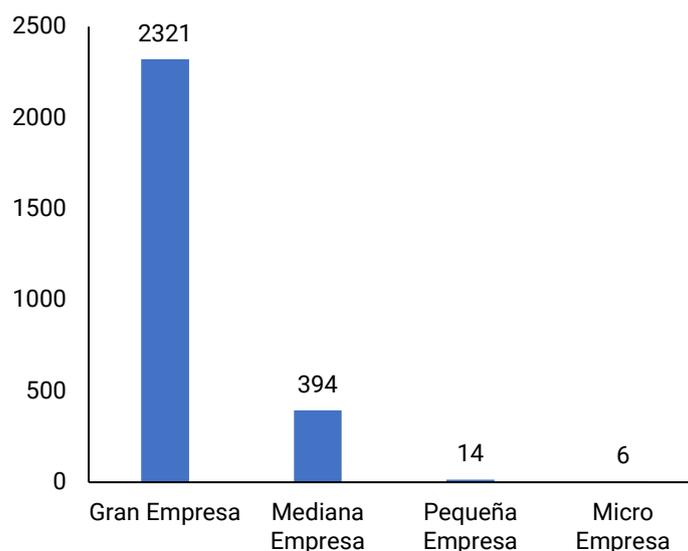
Gráfico 18: Participación de las mujeres en los diferentes niveles de la empresa



Los bajos índices de participación de mujeres empleadas en las empresas, exceptuando a las micro, tiene impactos distintos dependiendo del tamaño que tengan. El gráfico siguiente muestra el promedio de empleos generados por empresa según su tamaño y se observa que las grandes generan en promedio 403.7 veces el número de empleos que una microempresa, las medianas 68.5 veces y las medianas 2.5 veces.

El promover, a mediano y largo plazo, un incremento en la participación femenina en las grandes empresas, por ejemplo, del 5%, contribuye en generar la misma cantidad de empleos que 20 microempresas, por lo que la capacidad de generar cambios reales en este indicador requiere de manera directa de la acción de las empresas grandes, siguiendo el camino que aquellas de menor tamaño han trazado.

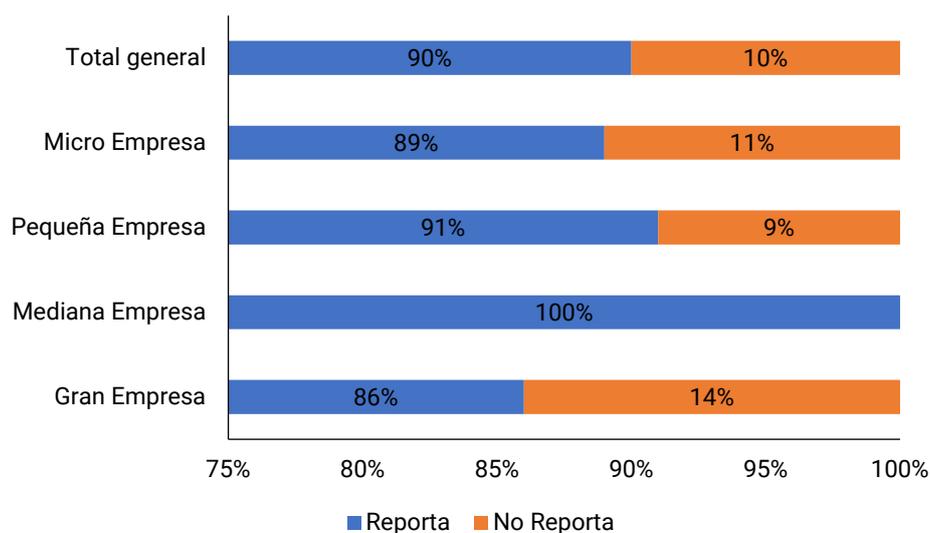
Gráfico 19: Promedio de empleos generados



Accidentes laborales (8.8.1)

Con el objetivo de promover un empleo decente y seguro para todos y todas, las empresas pueden medirse en función del indicador 8.8.1 de los ODS (lesiones ocupacionales mortales y no mortales por cada 100 000 trabajadores, desglosadas por sexo y estatus migratorio). En esa línea, se ha identificado que 9 de cada 10 empresas registra los accidentes laborales dentro de sus operaciones, siendo el caso de las medianas empresas donde se evidencia un monitoreo en su totalidad.

Gráfico 20: Empresas que registran los accidentes laborales dentro de sus operaciones

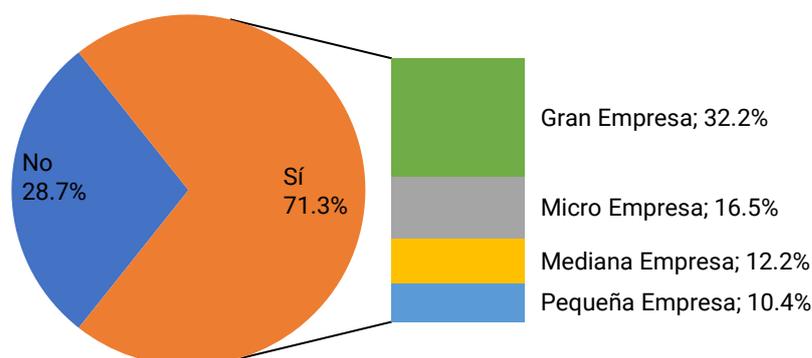


Amonestaciones laborales

La mayoría de las empresas analizadas (71.3 %) cuenta con un marco para la aplicación de amonestaciones o sanciones ligadas a las prácticas de violencia, discriminación, corrupción, concertación u otro vinculado al ámbito laboral.

En particular, las grandes y microempresas muestran una mayor participación con 32.2 % y 16.5 %, respectivamente. En esa línea, si desglosamos por sector productivo, los sectores construcción (8.6 %), minería (6.0 %), alimentos y bebidas (5.2 %), y servicios en general (5.2 %) cuentan con una mayor proporción.

Gráfico 21: Empresas que cuentan con un marco para la aplicación de amonestaciones en el ámbito laboral



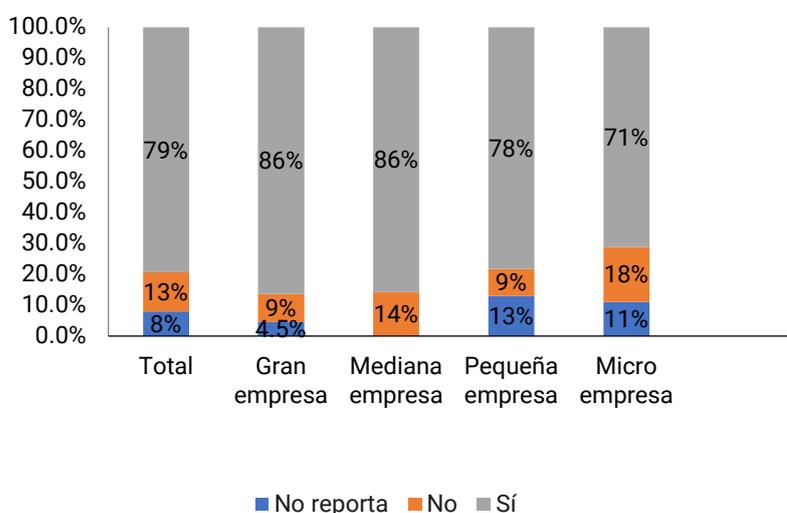
Mecanismo de diálogo entre empleados y empleadores

De acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el diálogo social comprende diversos tipos de negociaciones y/o consultas entre representantes de los empleadores, trabajadores y gobierno. Puede involucrar a los tres actores, como también a dos de ellos, como es el caso de los mecanismos de diálogo que pueden darse entre empleadores y empleados. Estos mecanismos pueden ser informales y/o institucionalizados, y pueden abarcar una diversidad de temas, tales como condiciones laborales, políticas empresariales, capacitaciones, así como otras cuestiones que puedan afectar tanto a los empleados, como a la empresa.

La importancia de establecer un mecanismo de diálogo entre empleados y empleadores radica en varios aspectos, tales como la resolución ágil de conflictos, la mejora del entorno laboral, mejoras en la productividad, entre otros.

En relación a la información proporcionada por el SDG CT, el 80 % de las empresas cuenta con algún mecanismo formal de diálogo de este tipo, siendo las grandes empresas y medianas las que los aplican en mayor proporción.

Gráfico 22: Empresas que cuentan con mecanismo de diálogo



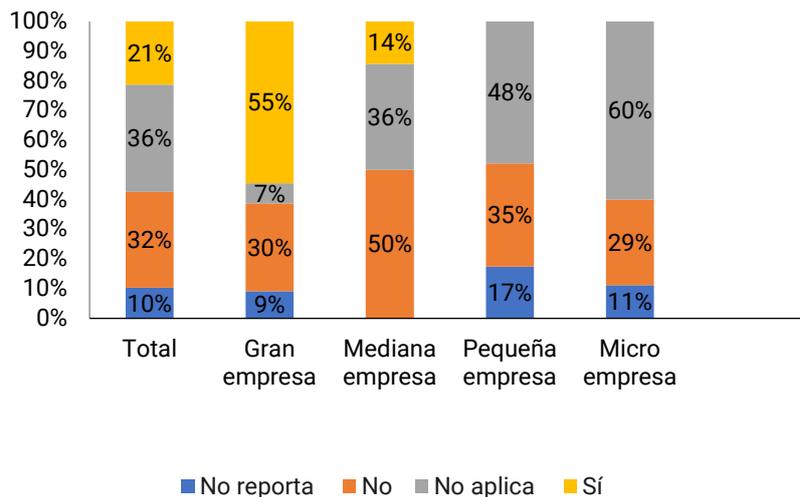
Relacionamiento con organizaciones sindicales

Las organizaciones sindicales representan un stakeholder clave para la operación de la empresa, en caso se cuente con ella.

En base a la información proporcionada por el SDG CT, el 21 % de las empresas participantes cuentan con alguna organización sindical establecida en sus instalaciones. Es importante destacar que este porcentaje está principalmente representado por grandes empresas, que conforman casi la totalidad, alcanzando un 19 %. Por otro lado, las medianas empresas que cuentan con organizaciones sindicales son un 2 %, mientras que las micro y pequeñas empresas participantes no cuentan con ninguna organización sindical establecida,⁵ lo cual está también relacionado al requisito vigente de mínimo 20 trabajadores para su conformación.

Al desglosar estos datos por sector productivo, se observa que el sector de minería e hidrocarburos muestra la mayor representación con un 6 % de empresas que cuentan con organizaciones sindicales dentro de ellas.

Gráfico 23: Empresas que cuenta con organizaciones sindicales



2.3. Salidas

En paralelo con la necesidad de recursos (insumos) en cada proceso empresarial para la creación de productos y servicios, se originan otros aspectos inherentes a estas operaciones, como los residuos generados o las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes. Es importante destacar que la magnitud de la generación de estos residuos y emisiones está directamente ligada a la escala del proceso productivo.

En muchos casos, se observa que las empresas de mayor envergadura, en la mayoría de todos los sectores excepto el de servicios, tienen una producción de residuos y emisiones mayor en comparación con las empresas más pequeñas. Esto se debe principalmente a que las empresas de mayor tamaño cuentan con procesos industriales que generan volúmenes significativos de productos, requieren una mayor cantidad de materiales y, por ende, generan una mayor cantidad de residuos.

⁵ Cabe indicar que, de acuerdo a disposiciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el número mínimo de empleados para conformar un sindicato de empresa es de 20 trabajadores. Para mayor información, ver el siguiente enlace: <https://www2.trabajo.gob.pe/preguntas-frecuentes-faq/sindicatos/>

2.3.1. Residuos sólidos

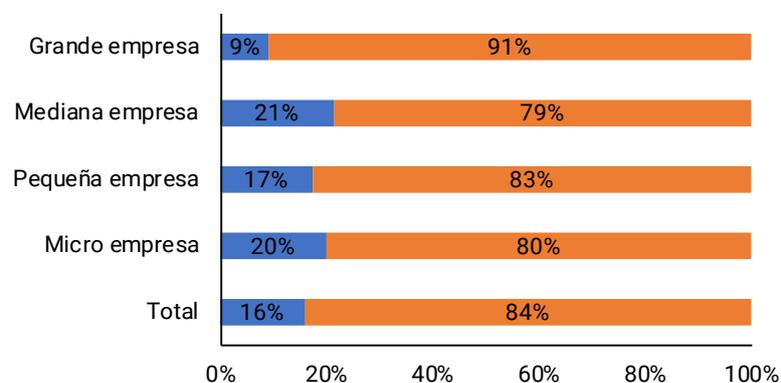
La eficiencia en la generación de residuos es de suma importancia para las empresas y se alinea directamente al logro del ODS 12: Consumo y Producción Responsables. Al adoptar prácticas y políticas empresariales que promuevan la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos generados en sus procesos, las empresas pueden minimizar su impacto ambiental, optimizar el uso de los recursos, y como consecuencia generar beneficios económicos al reducir costos de disposición y aprovechar en mayor medida los recursos.

Sobre ello, se identificaron cuáles son los métodos más usados para gestionar los residuos de las empresas, proponiendo como alternativas la reducción del consumo, reutilización de residuos, segregación en la fuente, reciclaje, disposición en relleno sanitario, donación, entre otros.

Estas alternativas para la gestión de residuos sólidos han sido agrupadas en dos grupos: segundo uso y disposición final de residuos. Con respecto al primero, se incluyen las estrategias de reducción, reutilización, segregación en fuente, reciclaje, compostaje y donaciones. Con respecto al segundo, se consideran las estrategias de disposición en el relleno sanitario e incineración.

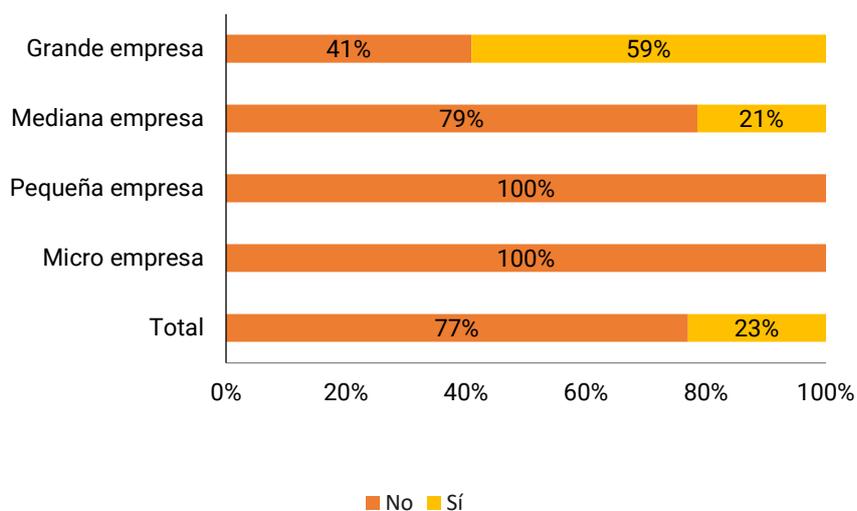
Teniendo en cuenta ello, se ha observado que, dentro del grupo de las empresas analizadas, el 84 % de las empresas participantes utilizan métodos que promueven un segundo uso a los residuos como parte de sus operaciones. Asimismo, del total de grandes empresas, el 91 % aplica este mecanismo. Además, las MYPES también demuestran un uso significativo de este método, alcanzando alrededor del 80 %.

Gráfico 24: Empresas que usan el método de segundo uso



Por otro lado, en relación al método de disposición final, se ha identificado que el 23 % de las empresas lo practica, siendo las grandes empresas las que tienen la mayor representación con un 59 %. En contraste, solo el 21 % de las medianas empresas aplican esta forma de gestión, mientras que las micro y pequeñas empresas no utilizan este método en absoluto.

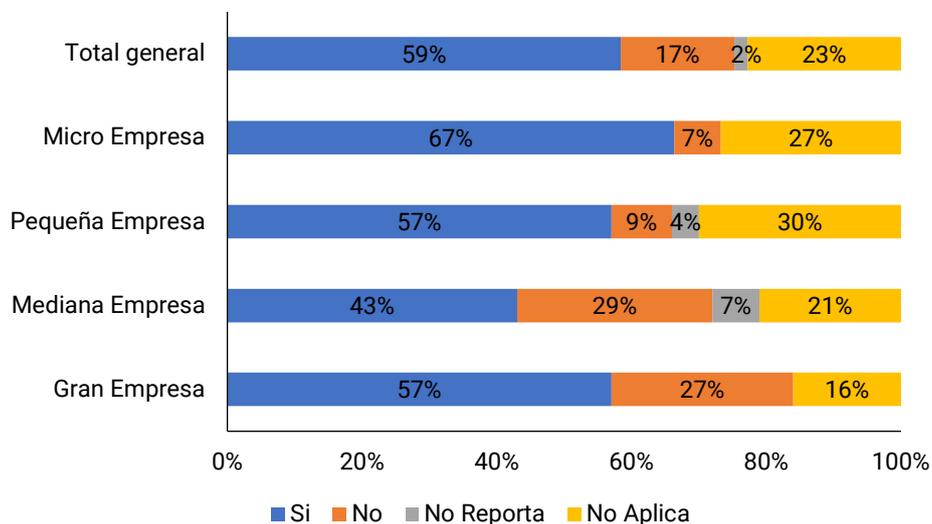
Gráfico 25: Empresas que usan el método de disposición final



Reciclaje de residuos (12.5.1)

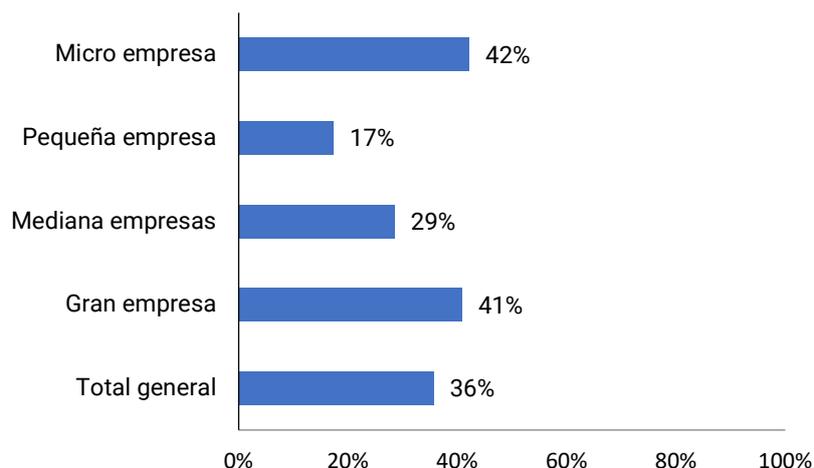
El reciclaje de residuos es una de las alternativas más socializadas de promoción del uso eficiente y aprovechamiento de recursos, y se encuentra alineado al indicador 12.5.1 de los ODS (tasa nacional de reciclado, en toneladas de material reciclado). Sobre ello, se ha identificado que el 59 % de empresas participantes utilizan material reciclado como parte de sus procesos, siendo mayor en el caso de las microempresas, de las cuáles el 67 % aplica esta práctica. Por otro lado, son las medianas empresas las que en menor proporción lo realizan.

Gráfico 26: Empresas que utilizan material reciclado



Si bien el 59 % de empresas indican que reciclan materiales, solo el 36 % lo mide anualmente, representando así un total de 369 643 t de material reciclado. Cabe indicar que se observa una diferencia en las tasas de reciclado en función al tamaño de la empresa, donde son las grandes las que contribuyen en mayor medida a esta cifra en comparación con las MIPYMEs.

Gráfico 27: Empresas que miden el reciclaje de materiales



Adicionalmente, en el caso de que las empresas generen residuos peligrosos como parte de sus procesos, pueden también medir su contribución al indicador 12.4.2 (a) desechos peligrosos generados per cápita y b) proporción de desechos peligrosos tratados, desglosados por tipo de tratamiento.

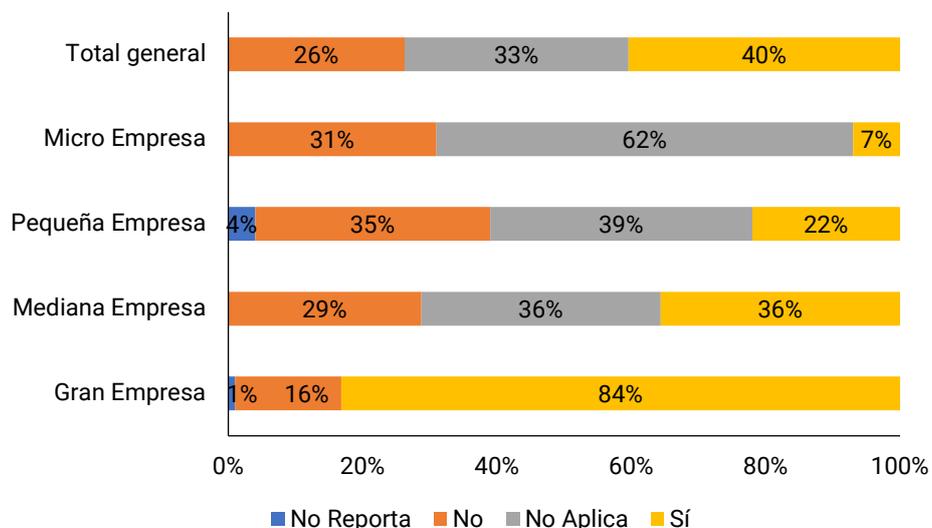
2.3.2. Emisiones

Las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) están influenciadas por varios factores que contribuyen en una mayor o menor generación por parte de las empresas. Entre ellos se encuentran el tipo de industria, la fuente de consumo de energía (especialmente si depende de combustibles fósiles), las prácticas de eficiencia energética implementadas, los procesos y tecnologías utilizados, así como la generación de residuos industriales, especialmente aquellos que involucran gases fluorados. Estos factores juegan un papel crucial en determinar la cantidad de GEI que se genera en un proceso industrial. Es importante considerar estos factores y buscar formas de minimizar las emisiones de GEI a través de prácticas más sostenibles y tecnologías limpias.

Las emisiones de GEI incluyen varios gases que contribuyen al calentamiento global y al cambio climático. Estos gases incluyen dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido nitroso (N₂O), hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF₆). Cada uno de estos gases tiene diferentes capacidades para retener el calor en la atmósfera y contribuir al efecto invernadero.

El SDG Corporate Tracker proporciona información relacionada al registro de las emisiones GEI por parte de las empresas, donde se observa que el 40 % realizan un registro, de las cuáles la mayoría son las grandes empresas. Por otro lado, las microempresas presentaron un menor índice de registro, donde incluso el 62 % de ellas consideran que esta práctica no aplica para sus negocios, lo cual puede deberse a diversos factores, entre ellos los costos asociados, la escala de los procesos productivos que realizan, entre otros, que de manera conjunta no priorizan esta práctica por parte de las microempresas.

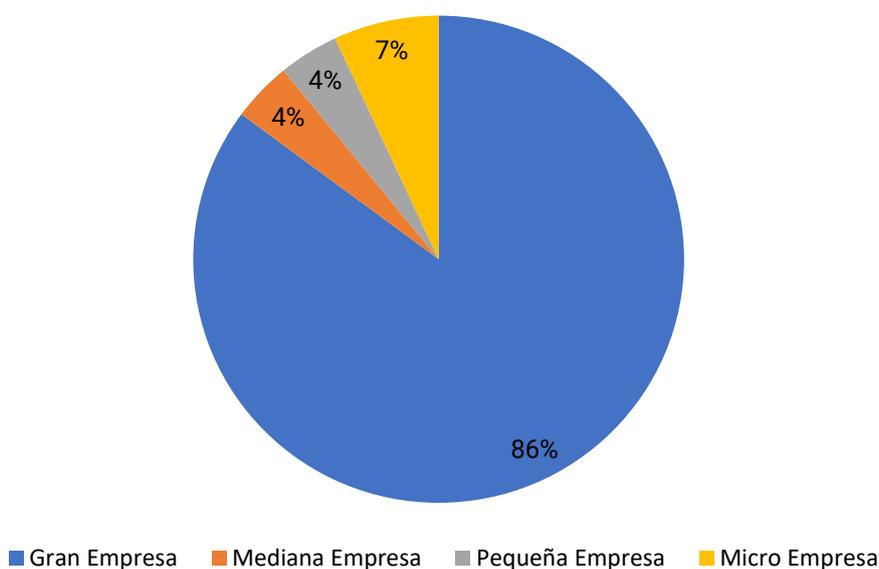
Gráfico 28: Empresas que registran sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)



Sin embargo, es el dióxido de carbono (CO₂) el principal responsable de las emisiones de GEI, como la quema de combustibles fósiles (carbón, petróleo y gas) y la deforestación. El CO₂ es el gas de efecto invernadero más común y se considera el principal contribuyente al cambio climático.

Las empresas cumplen un rol clave en la reducción de las emisiones de GEI, y principalmente las de CO₂, como parte de sus procesos. Para ello, el indicador 9.4.1 de los ODS (emisiones de CO₂ por unidad de valor añadido) contribuye en medir las emisiones de CO₂ siendo este el GEI más común y de los que tienen un mayor impacto en el cambio climático. En base a la información proporcionada por las empresas, se observa que son principalmente las grandes empresas (86 %) las que miden las emisiones de CO₂ que generan, siendo los sectores con mayor representación industria, minería e hidrocarburos y salud. Al respecto, las emisiones registradas representan un total de 5 271 226 t CO₂ y se encuentran distribuidas de la siguiente forma:

Gráfico 29: Medición de emisiones CO₂



3. Iniciativas estratégicas: Un paso adelante

Existen diversos tipos de iniciativas estratégicas de carácter voluntario que las empresas pueden llevar a cabo para involucrarse con las personas y comunidades en los territorios, así como generar un impacto positivo en su entorno. Estas iniciativas representan un papel fundamental en el establecimiento de relaciones sólidas con los stakeholders, especialmente con las comunidades y personas que se encuentran en el área de influencia de la empresa. A su vez también permiten construir la confianza y el apoyo de estos grupos, lo que resulta en una relación mutuamente beneficiosa a largo plazo.

Al participar en estas iniciativas, que pueden estar enfocadas generalmente en donaciones (monetarias o en especies) o acciones, las empresas demuestran un compromiso genuino con el bienestar de las personas que las rodean. Esto fortalece los lazos con las comunidades y genera un sentido de reciprocidad, donde los stakeholders perciben que la empresa se preocupa por su desarrollo y calidad de vida, lo cuál trae como resultado que las empresas pueden obtener una mayor aceptación de sus operaciones, reduciendo el riesgo de conflictos sociales y resistencia local.

Además, estas iniciativas voluntarias permiten a las empresas comprender mejor las necesidades y expectativas de las comunidades y adaptar sus acciones en consecuencia. Al interactuar directamente con los stakeholders, las empresas obtienen información valiosa que puede ayudarles a mejorar sus prácticas y proyectos. Esta retroalimentación facilita el desarrollo de soluciones más adecuadas y sostenibles, generando un impacto positivo en las comunidades y aumentando la legitimidad de la empresa en el entorno.

Asimismo, cuando las empresas se involucran de manera activa y responsable en las comunidades, también pueden influir en la toma de decisiones locales, participar en proyectos de desarrollo sostenible y contribuir a la creación de un entorno favorable para su crecimiento a largo plazo.

Es en esa línea que se han agrupado las iniciativas en dos grupos principales:

- Donaciones (monetarias o en especies) , las cuáles consideran aquellos aportes económicos o en especies con los que las empresas contribuyen a organizaciones locales, ONGs y/o entidades gubernamentales con el objetivo de escalar el impacto social y/o ambiental que estas organizaciones tienen.
- Iniciativas no obligatorias, las cuáles consideran el establecimiento de acciones que requieren un mayor involucramiento por parte de las empresas más allá de una contribución monetaria o en especies. Aquí podemos encontrar iniciativas como programas internos de promoción del voluntariado con los trabajadores, articulación con organizaciones locales, ONGs y entidades gubernamentales para abordar desafíos sociales y ambientales de manera conjunta, programas educativos no mandatorios de capacitación o sensibilización a diversos stakeholders, entre otros.

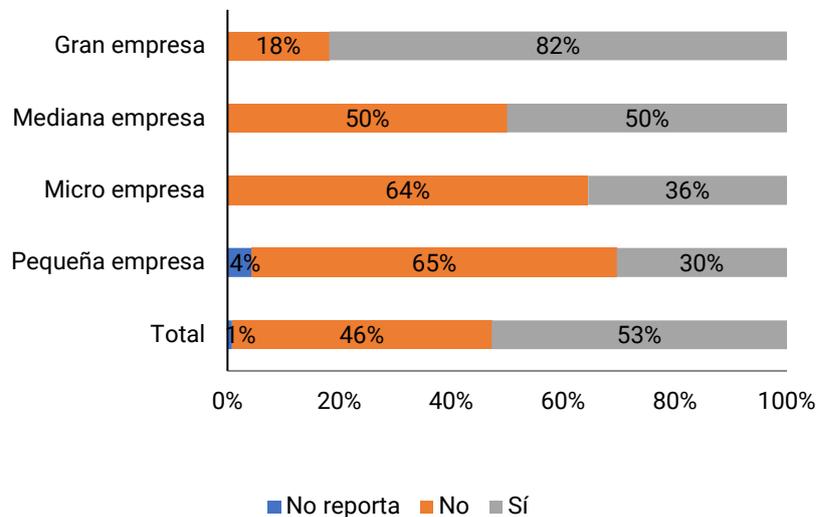
Si bien las donaciones e iniciativas no obligatorias pueden tener una contribución positiva a temáticas específicas relacionadas a los ODS, de manera diferenciada (según el tipo de aporte) puede ser medida a través del indicador 17.17.1 de los ODS (suma en dólares de los Estados Unidos prometida a las: a) alianzas público-privadas y b) alianzas con la sociedad civil).

3.1. Donaciones

Como parte de los objetivos de contribuir de manera positiva su entorno y al bienestar de la sociedad, las empresas aplican diversas iniciativas mediante las cuáles pueden llevar a cabo estas contribuciones. Una de estas son las donaciones, sea en recursos financieros o en especies.

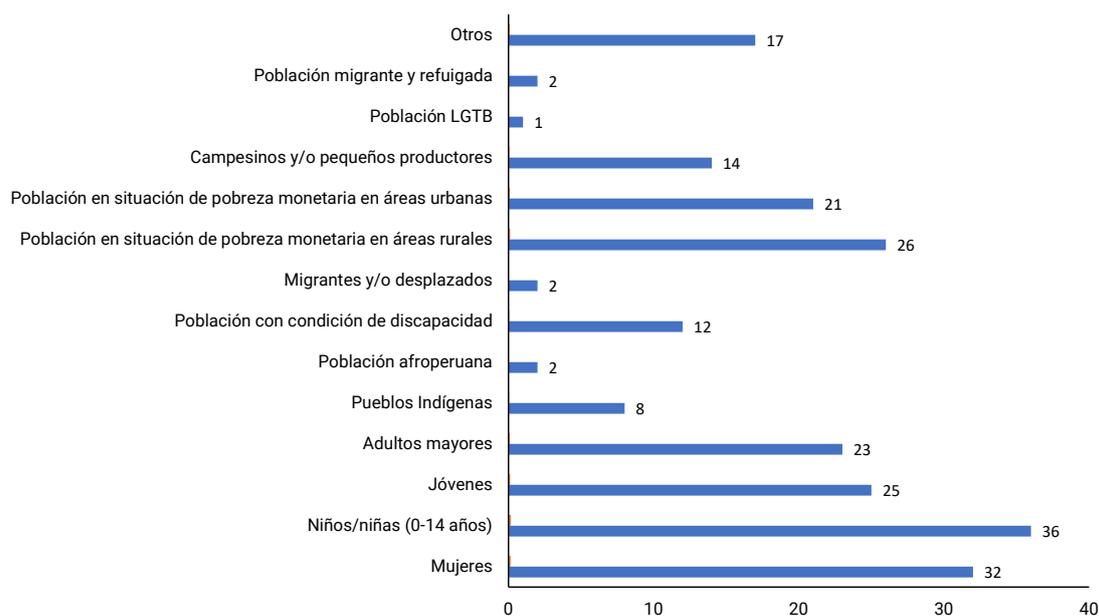
En base a ello, el SDG Corporate Tracker relevó información relacionada a que empresas realizan donaciones, así como a que poblaciones las dirigen. En relación a lo primero, se observa que, si bien el 52 % de empresas realiza donaciones, la participación varía según su tamaño, donde se observa que, de las grandes empresas, 8 de cada 10 (82 %) realizan esta práctica, mientras que en el caso de las pequeñas son 3 de cada 10 (30 %).

Gráfico 30: Empresas que realizan donaciones o iniciativas voluntarias



Por otro lado, se presentó un listado de 14 opciones de grupos poblacionales a los cuáles podrían estar dirigidas las donaciones, sobre ello se identificó que los grupos más priorizados por las empresas son niñez (29 %), mujeres (25 %) y jóvenes (22 %). Por otro lado, las poblaciones LGTB (1 %) y migrantes y refugiados (2 %) fueron los menos priorizados por las empresas.

Gráfico 31: Poblaciones priorizadas en las donaciones



3.2. Iniciativas no obligatorias

Las iniciativas no obligatorias son intervenciones estratégicas de carácter voluntario que se refieren a las acciones y programas que las empresas llevan a cabo más allá de sus obligaciones legales, con el objetivo de tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

En base a ello, el SDG Corporate Tracker releva información relacionada a estas iniciativas, analizando variables como los ODS priorizados (tomando en cuenta aquellos considerados en la dimensión de Personas, Planeta, Prosperidad y Paz),⁶ el área de incidencia, así como la capacidad que tiene la empresa para medir el impacto de estas iniciativas.

Del total de empresas analizadas en el SDG Corporate Tracker, el 78.6 % afirma contar con intervenciones voluntarias (no donaciones) que contribuyen a los ODS. Siendo los ODS prioritarios el 12 (Producción y consumo responsable) y 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), seguidas por el 13 (Acción por el clima), con 44.4 %, 43.7 % y 34.1 % respectivamente.

Por otro lado, los ODS donde existen una menor cantidad de intervenciones voluntarias son los ODS 10 (Reducción de desigualdades), 15 (Vida de ecosistemas terrestres) y 14 (Vida submarina), con 11.1 %, 5.6 % y 1.6 % respectivamente.

⁶ La dimensión de "Alianzas" no se ha considerado como parte del análisis de intervenciones voluntarias por considerarse transversal. El análisis del mismo es considerado en otra sección del presente reporte.

Gráfico 32: ODS priorizados por las empresas en intervenciones priorizadas

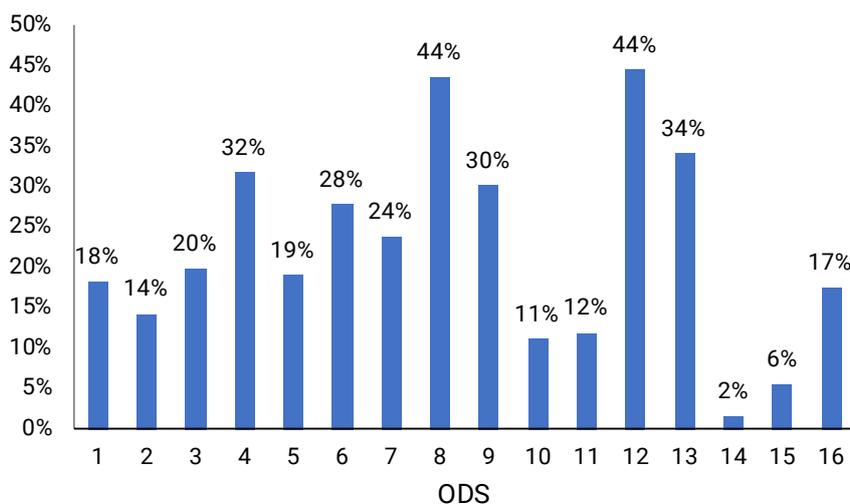
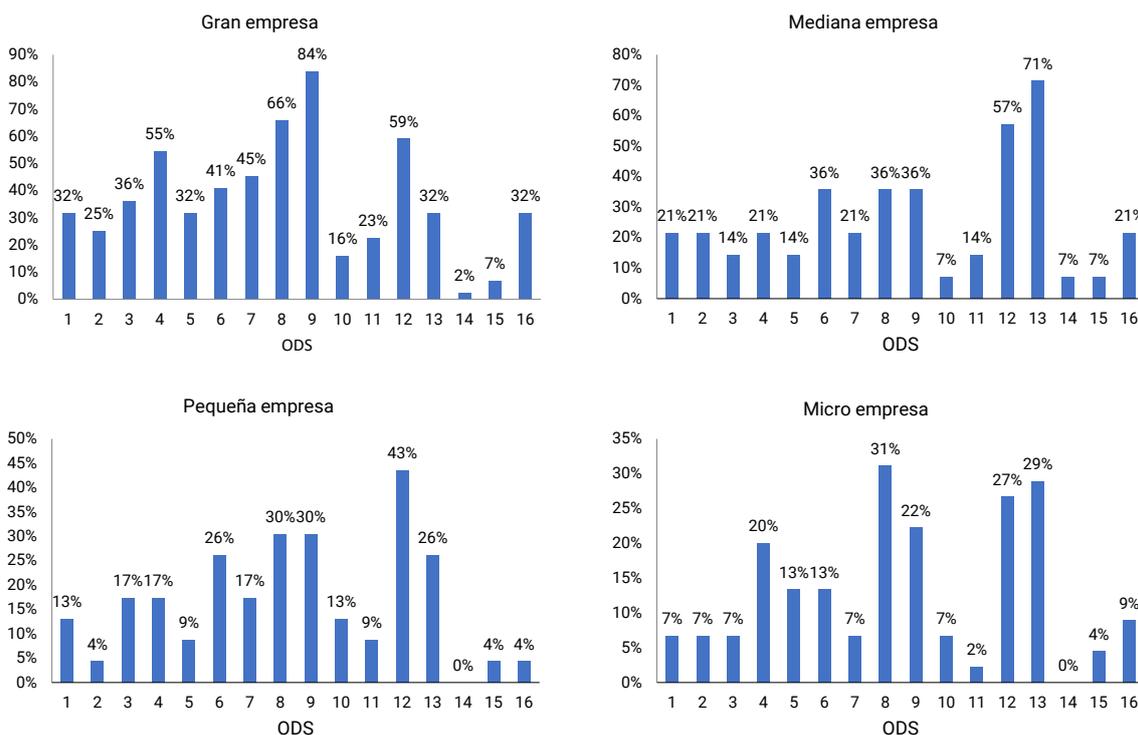
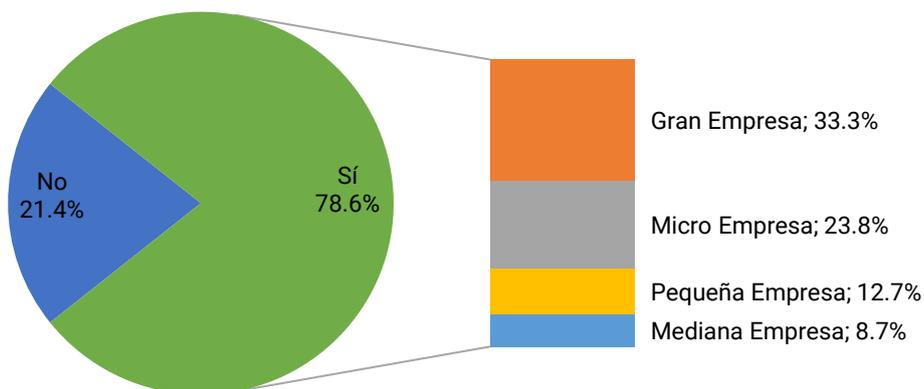


Gráfico 33: ODS priorizadas por las empresas en intervenciones voluntarias, por tamaño de empresa



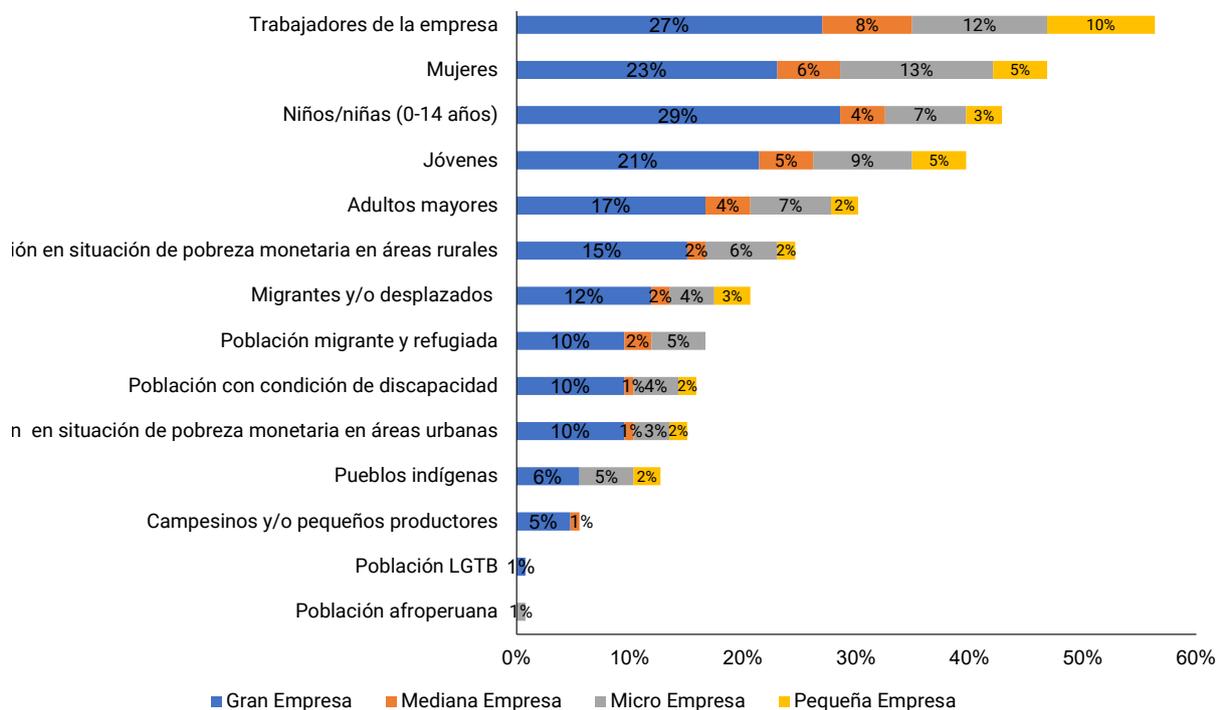
De las empresas que cuentan con intervenciones voluntarias, el 33.3 % pertenece a las grandes empresas, mientras que el 23.8 % a las microempresas, como se puede ver en el siguiente gráfico.

Gráfico 34: Tamaño de las empresas que cuentan con iniciativas voluntarias



Respecto a los usuarios priorizados por las empresas, aquellos que destacan son los trabajadores de la empresa (56.3 %), seguido por mujeres (46.8 %), niños/niñas (42.8 %) y, por último, jóvenes (39.7 %). Sin embargo, si desglosamos por tamaño de empresa, vemos que las grandes empresas destinan mayores esfuerzos a las iniciativas destinadas a niños/niñas, mientras que las microempresas lo hacen con el grupo de mujeres, como se observa a continuación.

Gráfico 35: Usuarios beneficiados por las iniciativas voluntarias



Medición de impacto

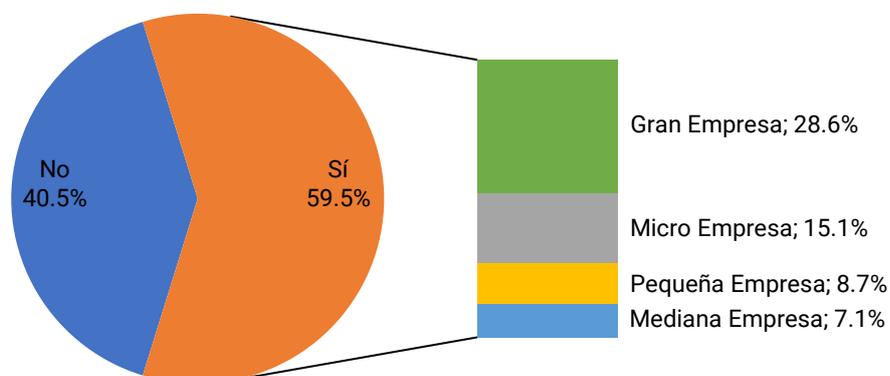
Considerando que el 78.6 % de las empresas participantes afirman contar con intervenciones voluntarias alineadas a los ODS, es fundamental que estas empresas puedan evaluar el impacto y la efectividad de dichas intervenciones en generar cambios positivos y beneficiar a los usuarios. Para lograrlo, es esencial dar el primer paso y medir estos impactos a través de indicadores. La información proporcionada por las empresas revela si las empresas indican que están midiendo los impactos y si se utilizan indicadores con este fin.

De esta manera, se podrá evaluar de manera precisa el alcance y la eficacia de las intervenciones voluntarias, brindando una base sólida para tomar decisiones informadas y mejorar continuamente los resultados en términos de impacto.

En relación a la información proporcionada por el SDG CT, el 59.5 % de las empresas analizadas afirma que mide el impacto de sus intervenciones voluntarias. Al desglosar por dimensión de ODS considerando las empresas que sí miden el impacto de las intervenciones, se observa que los ODS donde más se mide el impacto corresponden a las dimensiones de Personas (34.7 %), seguido de Planeta (28.9 %) y Prosperidad (26.0 %).

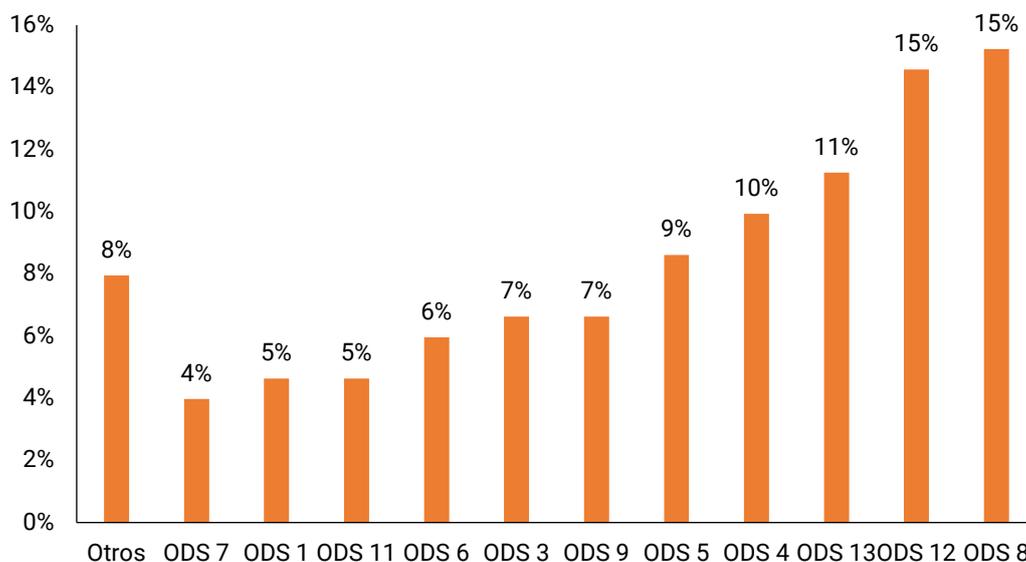
Considerando el total de empresas participantes, si se desglosa por tamaño, se observa que las grandes y microempresas tienen la mayor participación en medir el impacto de sus iniciativas, con 28.6 % y 15.1 %, respectivamente. Las medianas empresas son las que menos miden el impacto de sus iniciativas (7.1 %), como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 36: Empresas que miden el impacto de sus iniciativas



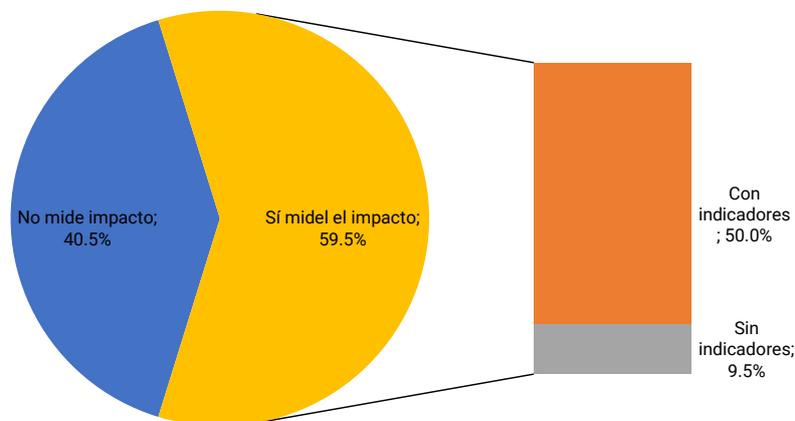
Si el análisis incluye a los ODS priorizados en las intervenciones según cada empresa, se evidencia que el 15.2 % de las empresas que mide el impacto de sus iniciativas prioriza el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), en similar medida al ODS 12 (Producción y consumo responsable) en un 14.6 %. Es relevante medir el impacto de las iniciativas que contribuyen a los ODS para medir su efectividad, tomar decisiones informadas, rendir cuentas, y fortalecer la transparencia y credibilidad de las empresas.

Gráfico 37: ODS priorizados por parte de las empresas que miden el impacto de sus iniciativas



Considerando que el 59.5 % de las empresas miden el impacto de sus iniciativas voluntarias, se observa que, de esta proporción, el 50 % incluye indicadores, como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 38: Empresas que miden el impacto de sus iniciativas y el uso de indicadores



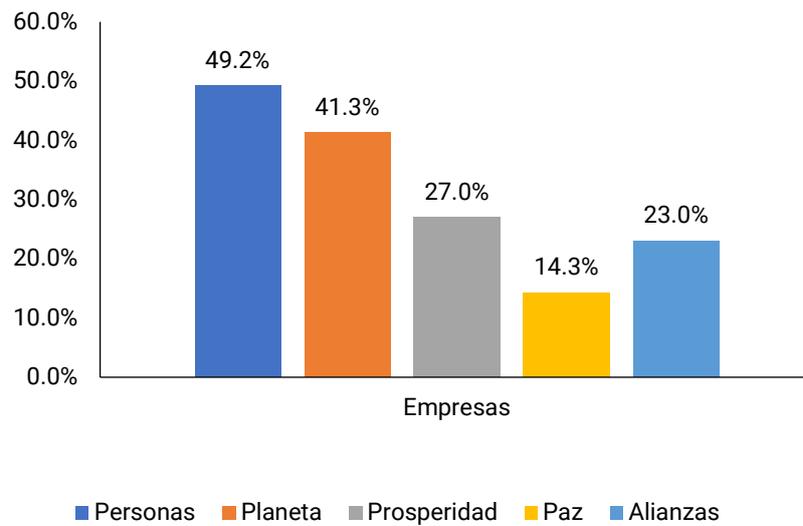
4. Gestión de alianzas

Las alianzas estratégicas son de vital importancia para las empresas, ya que brindan la oportunidad de ampliar el alcance y el impacto de las acciones de las empresas al colaborar con otros actores clave, como gobiernos, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales. De esta manera, pueden multiplicar su impacto en la implementación de los ODS.

En esa línea, el SDG Corporate Tracker brinda información sobre diferentes tipos de alianzas organizados en cinco ejes temáticos: personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas.⁷ De las empresas analizadas, el 59 % de empresas participan en alianzas para contribuir al desarrollo nacional, sostenibilidad y logro de los ODS.

⁷ El detalle de los tipos de alianzas en el marco de cada dimensión de la Agenda 2030 se encuentran en el Anexo 1

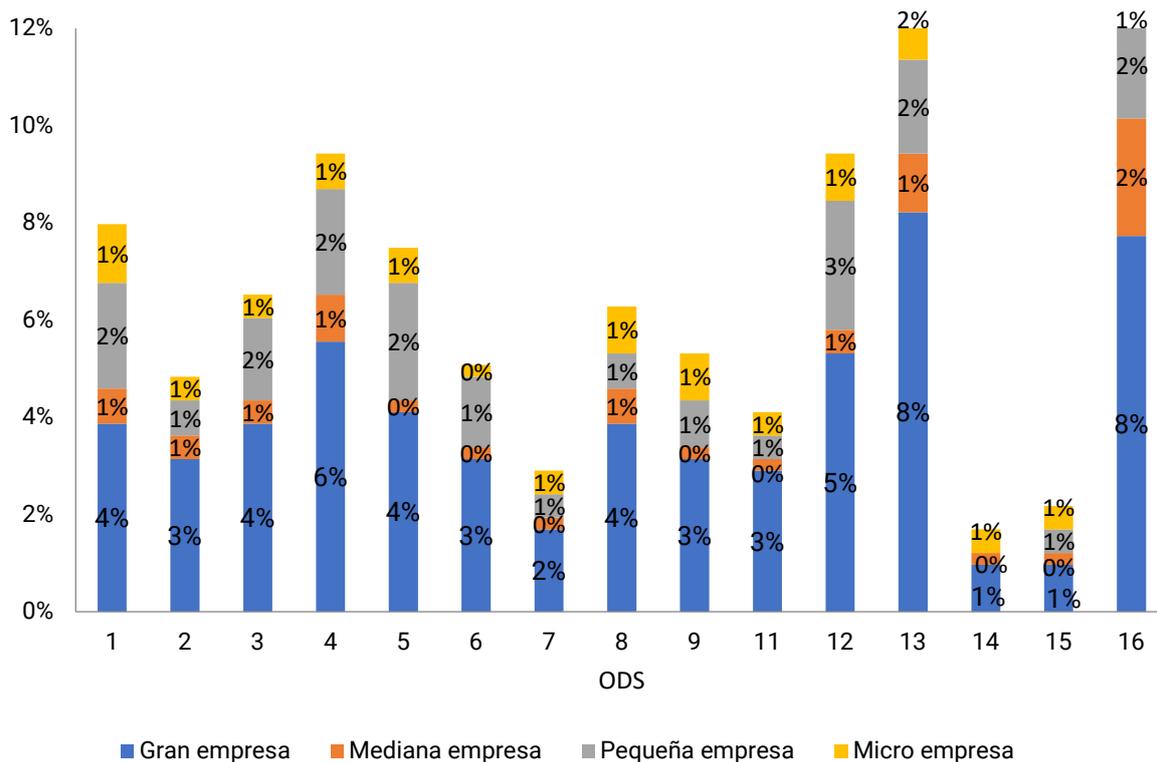
Gráfico 39: Dimensiones priorizadas por las empresas para las alianzas



Entre los desafíos que más atienden las alianzas, de las empresas analizadas, el 31 % de empresas participan en alianzas para promover la educación de calidad, también el 31 % para la gestión eficiente de residuos y el 29 % para la sensibilización y capacitación para el cuidado del medioambiente.

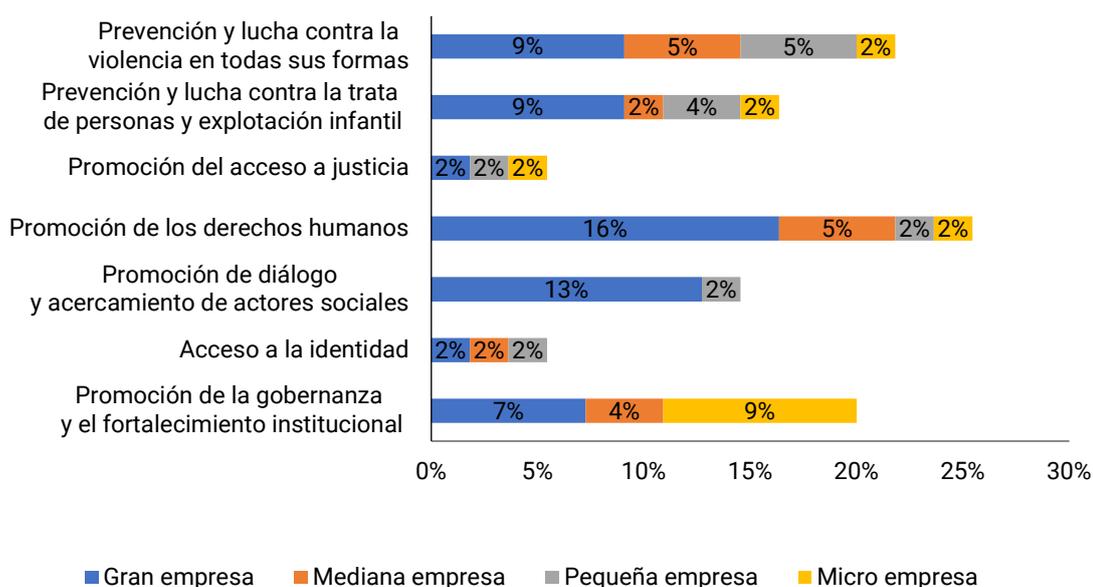
De manera similar, al desglosarlo por tamaño de empresa, se observa que las grandes empresas tienen la mayor participación en alianzas sobre educación de calidad (18 %), gestión eficiente de residuos sólidos (17 %) y sensibilización para la capacitación para el cuidado del medioambiente (17 %). Las medianas empresas presentan más alianzas sobre la educación de calidad (3 %). Las microempresas presentan más alianzas sobre la gestión eficiente de residuos sólidos (9 %) y la igualdad de género (8 %). Finalmente, las pequeñas empresas participan más en alianzas sobre la lucha contra la pobreza (4 %) y la sensibilización y capacitación para el cuidado del medioambiente.

Gráfico 40: Tipos de alianzas, según tamaño de empresa



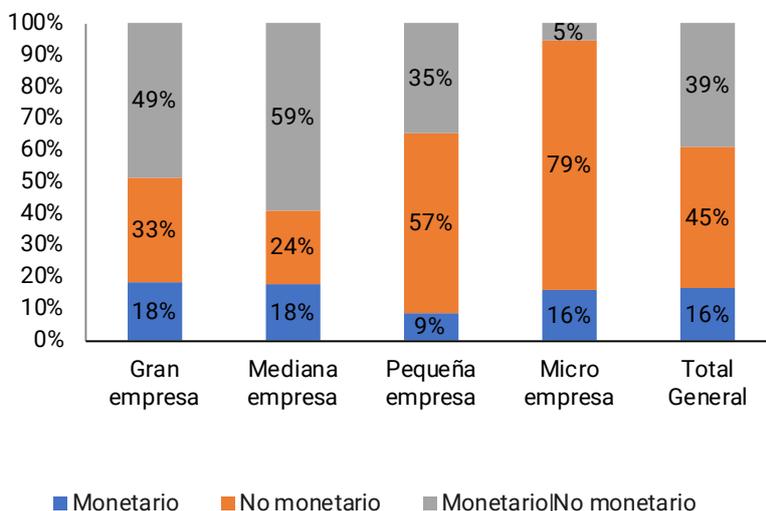
En el marco del ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) se han identificado que existen diversas alianzas implicadas y que abarcan temáticas desde la promoción de los derechos humanos, hasta la lucha contra la trata de personas y explotación infantil. En base a la información proporcionada por las empresas en el SDG CT se observa que el tipo de alianza correspondiente al ODS 16 más implementado es Promoción de los derechos humanos (25 %).

Gráfico 41: Tipos de alianzas dentro del ODS 16



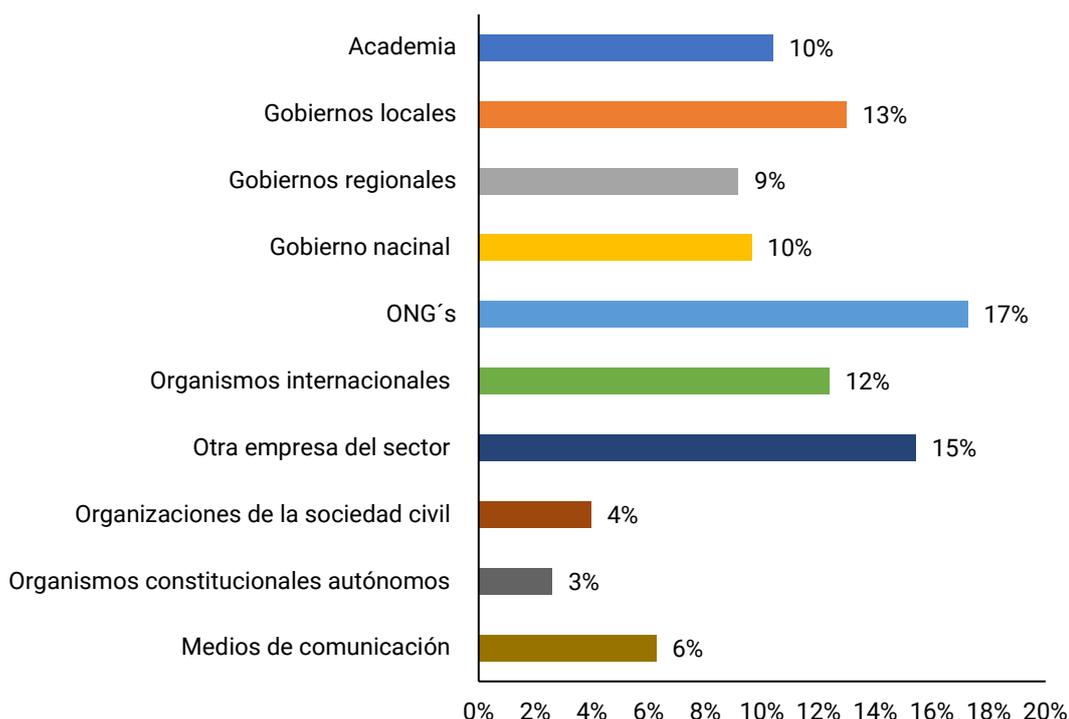
En relación a los aportes de las empresas en las alianzas, se evidencia que los aportes son principalmente no monetarios, sobre todo para el caso de las pequeñas y microempresas, en donde representan el 57 % y 79 % del total de sus aportes, respectivamente. Para el caso de las grandes y medianas empresas, estas realizan, en su mayoría, ambos tipos de aportes en sus alianzas.

Gráfico 42: Tipos de aportes en las alianzas



En relación a los actores priorizados, se observa que los actores con los que las empresas tienen una mayor preferencia al momento de establecer alianzas son las organizaciones no gubernamentales (ONG) en un 17 %, seguidas de otras empresas del mismo sector (15 %). Por otro lado, se observa que con aquellas entidades que existen una menor cercanía al momento de establecer alianzas son con medios de comunicación (6 %) y organizaciones constitucionales autónomas (3 %).

Gráfico 43: Actores priorizados por las empresas en las alianzas



Gestión y prevención de conflictos sociales

De acuerdo a la Defensoría del Pueblo,⁸ un conflicto social es un proceso complejo en el cual sectores de la sociedad, el Estado y/o las empresas perciben que sus posiciones, intereses, objetivos, valores, creencias o necesidades son contradictorios, creándose una situación que podría derivar en violencia.

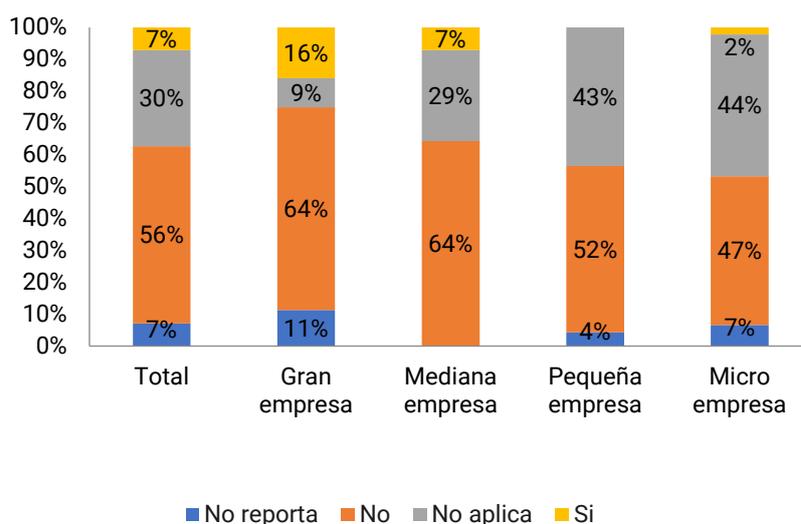
La complejidad de los conflictos está determinada por el número de actores que intervienen en ellos, la diversidad cultural, económica, social y política, las formas de violencia que se pueden presentar, o la debilidad institucional para atenderlos, entre otros elementos.

En el entorno empresarial y con mayor énfasis en algunos sectores en específico, los conflictos sociales se han convertido en una cuestión de creciente relevancia. Tomando en cuenta que la sociedad es más consciente del hecho que las actividades empresariales tienen un impacto en su modo de vida, los conflictos sociales pueden surgir como discrepancias entre las expectativas y/o necesidades de un grupo de personas y los objetivos de la empresa. Estos conflictos pueden ser de diversos tipos, tales como por cuestiones ambientales, culturales, económicas y sociales.

El monitoreo de conflictos sociales permite identificar y evaluar los riesgos potenciales. Esto incluye riesgos para la continuidad operativa de la empresa, interrupciones en la cadena de suministro, daños a la propiedad, pérdida de ingresos y costos legales. Al estar informada, la compañía puede adoptar medidas para mitigar estos riesgos y garantizar la continuidad de sus operaciones.

De las empresas analizadas, se observa que el 7 % registra incidentes de violencia o de conflictos sociales vinculados a las operaciones de la empresa. Cabe indicar que las pequeñas empresas participantes indican no haber registrado incidentes de violencia o conflicto social, mientras que las microempresas han registrado en un 2 %.

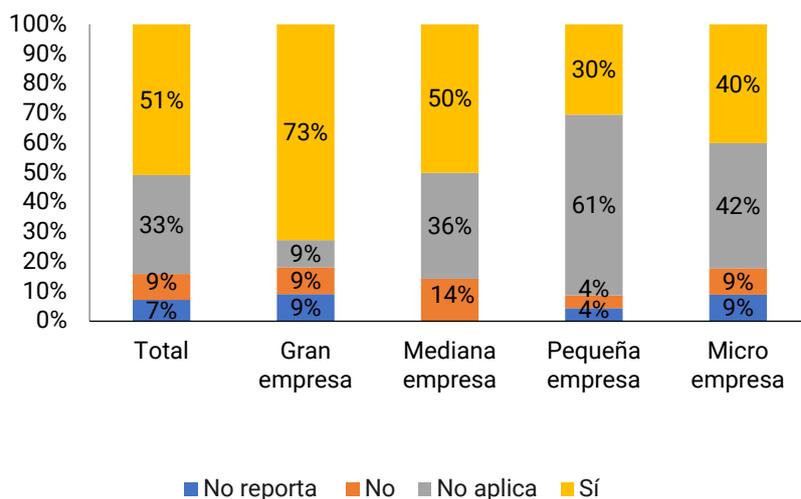
Gráfico 44: Empresas que registran incidentes de violencia o conflicto social



⁸Para mayor información, ver el siguiente enlace: https://www.defensoria.gob.pe/areas_tematicas/paz-social-y-prevencion-de-conflictos/

Con respecto a los mecanismos formales de diálogo o resolución de conflictos sociales, el 56.3 % de empresas analizadas reporta contar con alguno de estos mecanismos. De esta proporción, las grandes reflejan una mayor participación con 27.7 %, seguidas de las microempresas con un 16.1 %. En menor proporción, las medianas y pequeñas empresas representan el 6.3 % cada una del total de empresas que cuentan con algún mecanismo.

Gráfico 45: Empresas que cuentan con un mecanismo formal de diálogo o resolución de conflictos sociales





Módulo adicional: Niñez y Adolescencia⁹

⁹ Equipo responsable:

- Natalia Guerra-García Balcázar, Coordinadora Junior de la Iniciativa Empresas y Comunidades Resilientes, UNICEF Perú
- Carlos Rojas Davila, Oficial de Monitoreo y Evaluación, UNICEF Perú
- María Laura López León, Consultora UNICEF Perú

Las niñas, niños y adolescentes se ven impactados por el sector privado todos los días de diversas maneras: al ser consumidores, miembros de la comunidad, trabajadores, familiares de trabajadores, o futuros trabajadores y líderes empresariales. Por lo tanto, los derechos de la niñez y adolescencia se ven afectados por las políticas, los productos, las operaciones, las actividades de abastecimiento y las relaciones comerciales de las empresas. El respeto y respaldo de los derechos de la niñez y adolescencia por parte de las empresas requiere tanto prevenir daños, como salvaguardar de forma activa los intereses de las niñas, niños y adolescentes. Al integrar el respeto y el apoyo a los derechos de la niñez y adolescencia dentro de sus estrategias y operaciones esenciales, las empresas pueden fortalecer sus actuales iniciativas de responsabilidad social corporativa y al mismo tiempo avanzar los intereses de su actividad comercial.

En el Módulo de Niñez y Adolescencia se incluyeron preguntas enmarcadas en seis temas clave sobre los cuales las empresas pueden estar trabajando para el respeto y protección de los derechos de la niñez y adolescencia: 1) política empresarial, 2) derechos, 3) crianza, 4) educación, 5) salud, y 6) empleabilidad.

1. Caracterización de las empresas

De las 126 empresas que contestaron la encuesta, solo 113 contestaron el módulo de Niñez y Adolescencia. De estas 113, dos fueron eliminadas debido a poca información en este y otros módulos, por lo cual las empresas consideradas para elaborar el análisis de este módulo son 111. Cabe resaltar que no todas las preguntas fueron respondidas por todas las empresas (ver Anexo 2).¹⁰

Las empresas consideradas se caracterizan por pertenecer, principalmente, al sector de construcción y materiales de construcción (10.8 %), seguido de los sectores textil y servicios en general (9.9 % cada uno). Asimismo, pertenecen al segmento de grandes empresas (36.9 %), seguido por las microempresas (33.3 %) y las pequeñas empresas (17.1 %); y operan principalmente en las regiones de Lima y Callao (22.7 %) y Arequipa (18.8 %), ambas sumando el 41.5 % del total de las empresas participantes. También se observa predominancia en otras regiones de la costa, como La Libertad (6.2 %), Ica (5.2 %), Piura (5.2 %), Moquegua (4.2 %), Ancash (3.9 %) y Lambayeque (2.9 %). Por otro lado, el 60.9 % de las empresas afirma que ha realizado un reporte de sostenibilidad durante 2021, el 68.2 % ha priorizado los ODS más relevantes para la organización en 2021.

Respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, según las respuestas recogidas de las empresas, se identifican al ODS 8, vinculado a Trabajo decente y crecimiento económico (14.6 % de las empresas), al ODS 13 sobre la Acción por el clima (12.7 % de las empresas) y el ODS 12 sobre Producción y consumo responsable (11.3 % de las empresas), como aquellos priorizados.

1.1. Resultados Generales

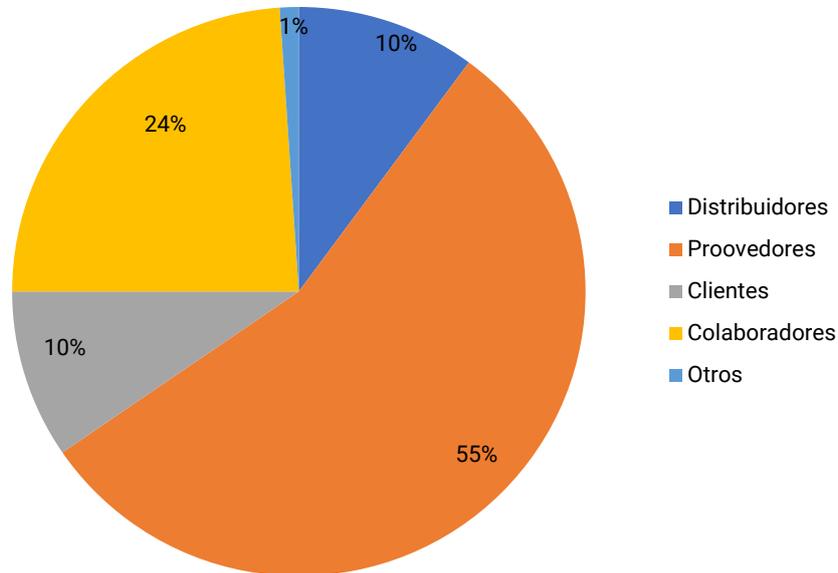
Políticas corporativas para prevenir el trabajo Infantil

El 43.2 % de las empresas que completaron el módulo de Niñez y Adolescencia cuenta con una política corporativa para prevenir el trabajo infantil a lo largo de su cadena de valor. El tipo de empresa que cuenta con la mayor proporción es la gran empresa (27.9 %), seguida de las microempresas (6.3 %), las medianas (5.4 %) y las pequeñas (3.6 %). Con respecto a los sectores que más reportan contar con este tipo de políticas, se encuentran el de construcción y servicios en general (5.5 % cada uno), seguido del sector textil (4.3 %). Además, en quiénes se enfoca la política es en los proveedores

¹⁰La identificación de datos válidos se ha realizado de acuerdo con los siguientes supuestos: 1) los valores ausentes [missing values] no se han considerado en el tratamiento de datos, 2) las preguntas con respuesta abierta han sido agrupadas en categorías comunes dependiendo de la similitud del contenido, 3) se consideran aquellos sectores como los más relevantes a aquellos con cinco a más empresas representativas, como son alimentos y bebidas, comercio, construcción, consultoría, energía, minería, servicios en general, servicios financieros, telecomunicaciones y transporte, textil y otros.

(55.3 %) y colaboradores (23.9 %) de las empresas.

Gráfico 46: Grupos a los cuales se dirige la política corporativa para prevenir el trabajo infantil



Políticas corporativas family-friendly u orientadas a la familia

Más de la mitad de las empresas analizadas (64.9 %) declara contar con políticas orientadas a la familia [family-friendly]. Al desglosar por tamaño, las grandes y microempresas representan la mayor proporción, con 27 % y 17.1 %, respectivamente, seguidas por las pequeñas (11.7 %) y las medianas (9 %). Los sectores que muestran mayor relevancia son construcción y servicios en general (ambos 7.2 %), seguidos de textil (6.3 %). Las áreas de intervención más comunes están vinculadas a los horarios flexibles (26.3 %) y a la implementación de políticas de balance vida-trabajo (21 %), seguidos por las licencias por paternidad extendidas y los lactarios implementados (ambos 14.7 %).

Gráfico 47: Empresas que cuenta con políticas corporativas orientadas a la familia, por sector productivo

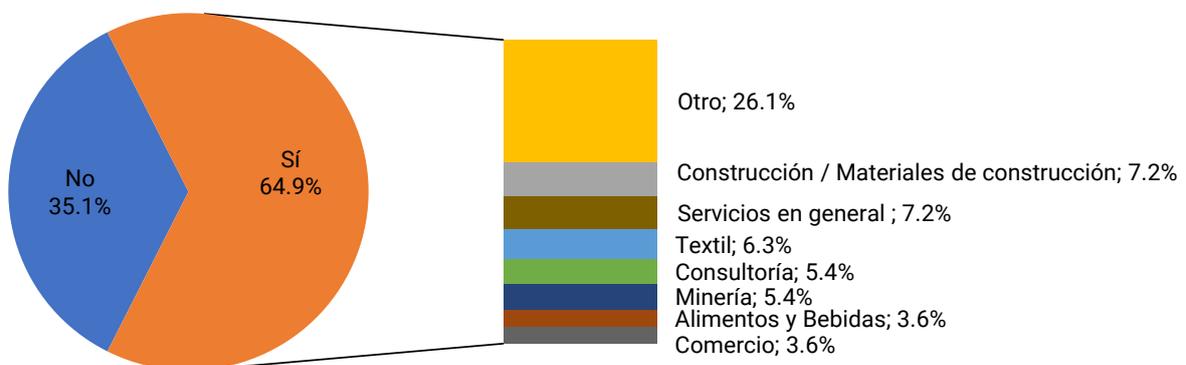
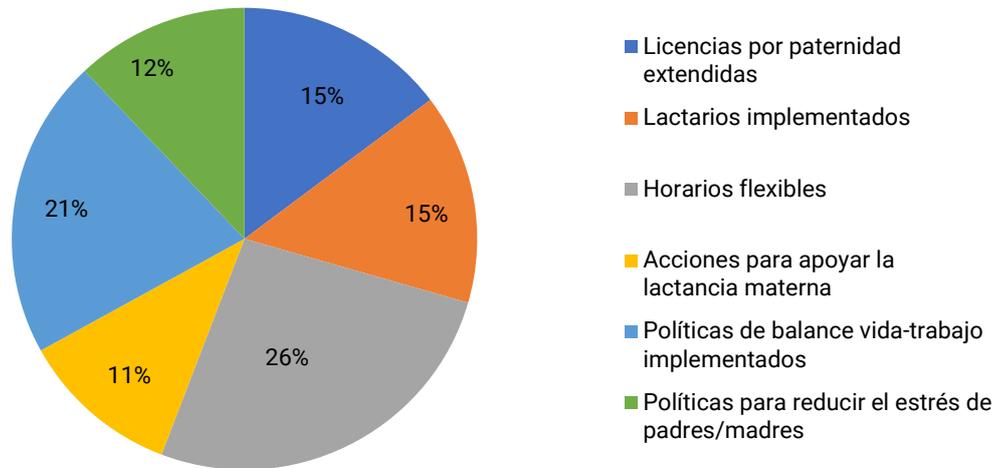


Gráfico 48: Áreas de intervención contenidas en las políticas orientadas a la familia por parte de las empresas analizadas

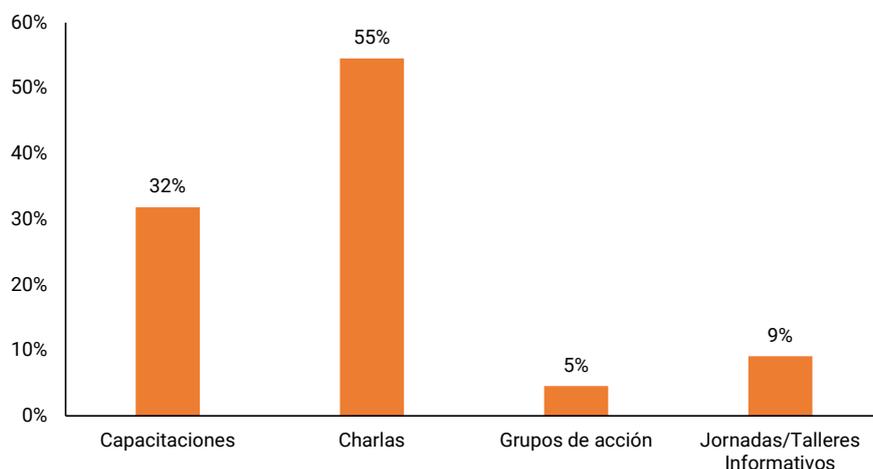


Acciones dirigidas al fomento de la crianza positiva

La crianza positiva es el conjunto de prácticas de cuidado, protección, formación y guía que ayudan al desarrollo, bienestar y crecimiento saludable y armonioso de la niña, niño o adolescente (UNICEF, 2021). En los lugares de trabajo los empleadores tienen la oportunidad de crear conciencia y promover la crianza cariñosa y sensible entre sus colaboradores, clientes y el público en general (UNICEF, 2020). Además, los consumidores y los colaboradores están cada vez más interesados en apoyar a empresas que comparten sus valores y contribuyen positivamente a la sociedad.

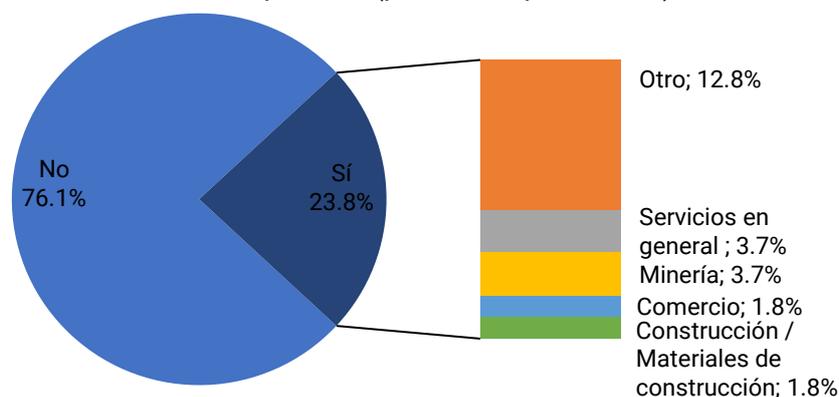
El 25.2 % de las empresas participantes cuenta con algún programa o acciones dirigidas a padres y madres que laboran en la empresa sobre la crianza positiva. Sin embargo, el 92 % de las empresas estaría dispuesto a implementar algún programa sobre crianza positiva en el futuro. Las grandes empresas tienen la mayor participación (15.3 %), seguidas por las microempresas (5.4 %), las medianas (2.7 %) y las pequeñas (1.8 %); particularmente de los sectores servicios en general (4.5 %) y minería (3.6 %). Las iniciativas con las que cuentan las empresas para las madres o padres colaboradores incluyen principalmente charlas (54.5 %) y capacitaciones (31.8 %).

Gráfico 49: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la crianza positiva



Por otro lado, el 23.9 % de las empresas afirma que realiza acciones para contribuir a la crianza positiva con la participación de padres y madres de su comunidad; particularmente las grandes (12.8 %) y microempresas (6.4 %), seguidas por las medianas (2.8 %) y pequeñas (1.8 %). De las empresas participantes, los sectores productivos de minería y servicios son los que más indican contribuir a la crianza positiva en la comunidad donde operan.

Gráfico 50: Empresas que realizan acciones hacia la comunidad sobre la crianza positiva (por sector productivo)



Acciones dirigidas a la reducción de la violencia

Las empresas deben asegurar que no haya violencia, abuso o explotación en sus cadenas de suministro y garantizar condiciones laborales seguras y respetuosas, tanto dentro de la empresa como en sus proveedores y socios comerciales, y en la comunidad que las rodea.

El 30.8 % de las empresas que participaron declaran realizar acciones para reducir la violencia física, psicológica y sexual basada en género en la niñez y/o adolescencia. En particular, las grandes (15.9 %) y microempresas (9.3 %) participantes contribuyen a este fin, seguidas por las medianas (3.7 %) y pequeñas (1.9 %). Asimismo, dentro de los sectores que más contribuyen a la reducción de la violencia están comercio con 3.7 % de las empresas, seguido de minería y servicios en general, ambos con 2.8 %.

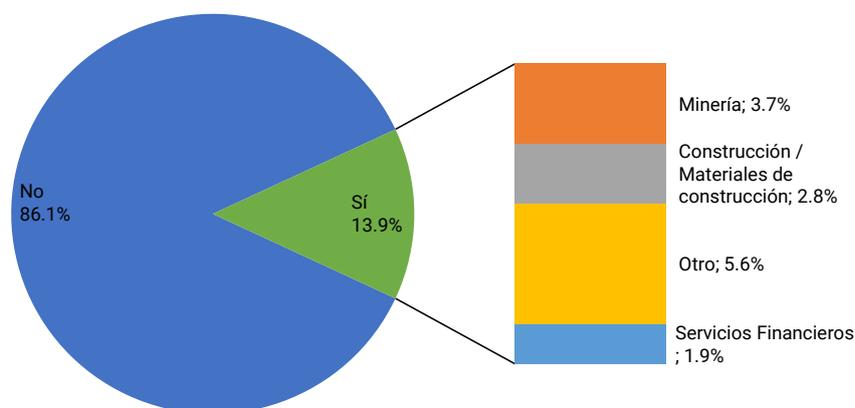
Acciones dirigidas al fomento de las oportunidades educativas

El acceso y calidad de la educación básica es particularmente relevante en la formación de una persona pues sienta las bases para su éxito educativo y profesional. Durante esta etapa, se adquieren habilidades fundamentales en lectura y escritura, matemáticas y pensamiento crítico, además de desarrollar habilidades sociales. Las acciones centradas en las oportunidades educativas pueden permitir a las niñas, niños y adolescentes convertirse en ciudadanos productivos y plenamente comprometidos con el desarrollo de sus sociedades. Al desarrollar iniciativas para garantizar que todas las niñas, niños y adolescentes puedan acceder y completar su educación escolar, las empresas cuentan con la oportunidad para desarrollar la próxima generación de talento, contribuir a un entorno de negocios estable y sostenible, reclutar y retener una fuerza laboral motivada compuesta por los cuidadores interesados en fomentar la educación de sus hijas e hijos, y construir reputación positiva (UNICEF, 2020)

Acciones dirigidas al fortalecimiento de la educación temprana

De las empresas analizadas, el 13.9 % ofrece a sus colaboradores algún tipo de programa, soporte o incentivo para fomentar el aprendizaje temprano, oportunidades de juego y comunicación y el cuidado cariñoso y sensible para las hijas e hijos entre dos y cinco años de sus colaboradores. Particularmente, las grandes (9.3 %) y medianas empresas (2.8 %) son las que contribuyen en mayor proporción con el aprendizaje temprano, seguidas por las pequeñas y micro (ambas 0.9 %). Asimismo, minería y construcción son los sectores productivos que mayor participación registran, con 3.7 % y 2.8 %, respectivamente.

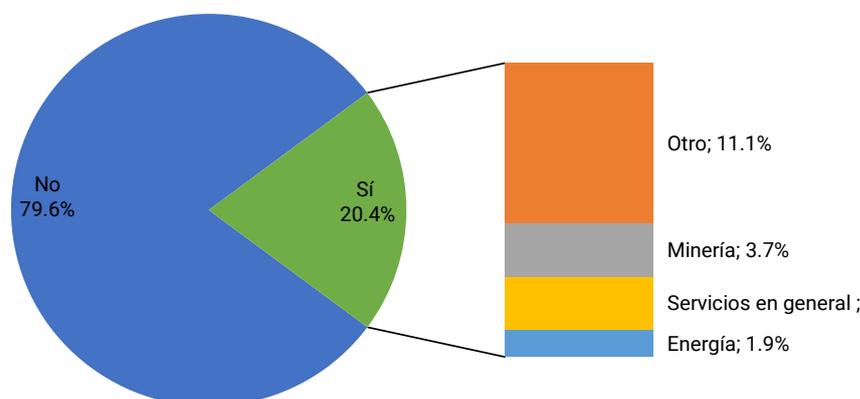
Gráfico 51: Empresas que ofrecen a sus colaboradores acciones para fomentar el aprendizaje temprano de sus hijas e hijos, por sector productivo



Acciones dirigidas al fortalecimiento de la educación primaria

El 20.4 % de las empresas reporta que promueve el acceso de niñas y niños a la escuela primaria en la comunidad donde opera. La categoría de grandes empresas es la que muestra mayor proporción de las compañías que contribuyen a este fin, con un 12.0 %, seguido de las microempresas con 4.6 %, y las pequeñas y medianas (ambas 1.9 %). Mientras, los sectores con mayor proporción de empresas son minería y servicios en general, ambos con un 3.7 %.

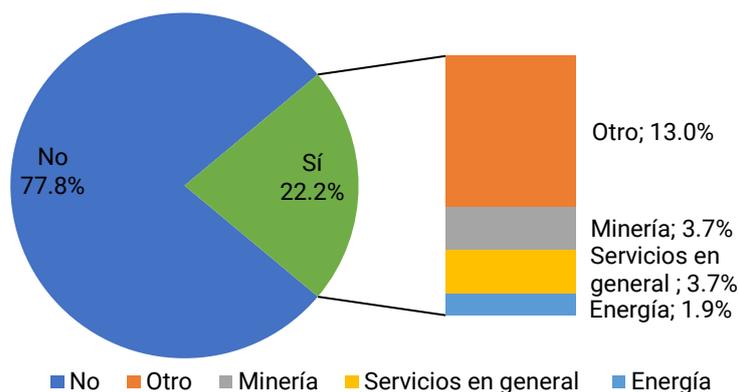
Gráfico 52: Empresas que promueven el acceso de niñas y niños a la escuela primaria en su comunidad, por sector productivo



Acciones dirigidas al fortalecimiento de la educación secundaria

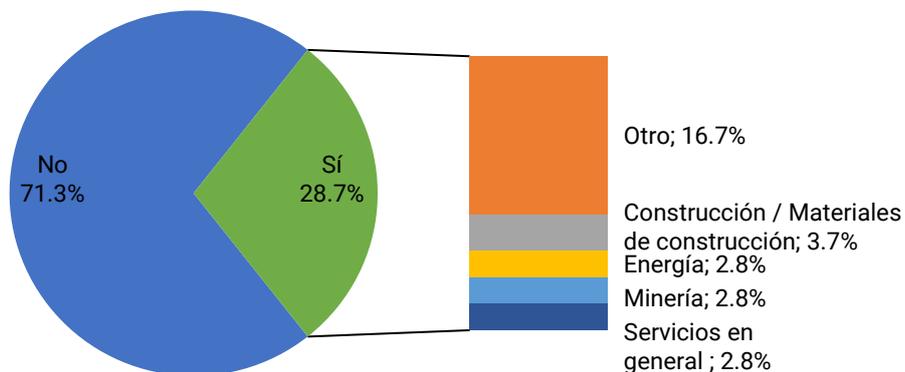
El 22.2 % de las empresas analizadas declara realizar acciones para la culminación de la secundaria de los adolescentes en su comunidad. En su mayoría, las grandes empresas (13.9 %) predominan estas acciones, seguidas por las microempresas (4.6 %), las medianas (2.8 %) y pequeñas (0.9 %). Por su parte, considerando el desglose por sector productivo, la minería y los servicios en general representan la mayor proporción, ambos con un 3.7 %.

Gráfico 53: Empresas que realizan acciones para promover la culminación de la secundaria en su comunidad (por sector productivo)



Asimismo, el 28.7 % de las empresas analizadas ofrece algún tipo de programa, soporte o incentivo para asegurar la culminación exitosa de la educación escolar de las hijas e hijos de sus colaboradores. De esta proporción, el 22.2 %, corresponde a grandes empresas, el 2.8 % a microempresas, y 1.9 % tanto para el caso de medianas empresas como pequeñas. Además, los sectores que concentran una mayor proporción de este tipo de iniciativas son construcción (3.7 %), seguido de energía, minas y servicios en general (ambos 2.8 %).

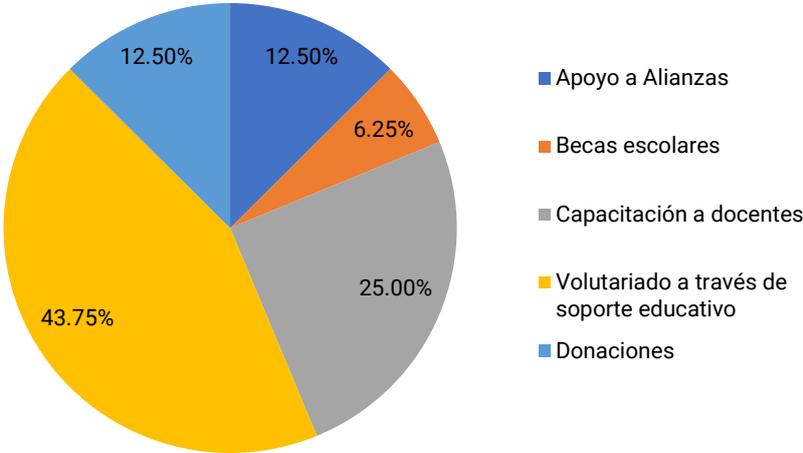
Gráfico 54: Empresas que ofrecen soporte para la culminación de la educación escolar de las hijas e hijos de sus trabajadores (por sector productivo)



Acciones dirigidas al fortalecimiento del razonamiento matemático y comprensión lectora

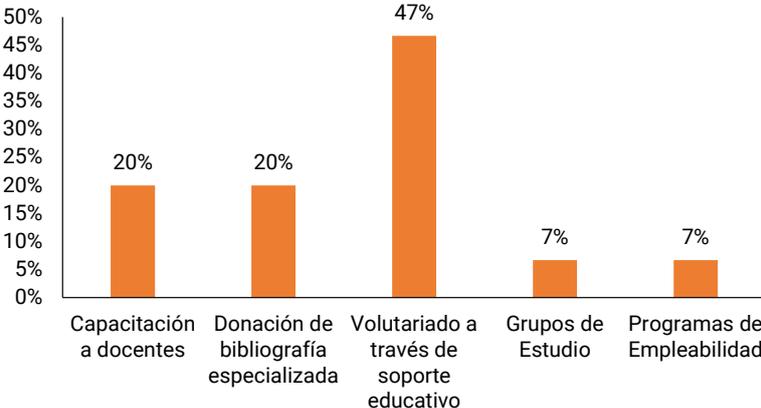
Por otro lado, del total de empresas analizadas, el 15.6 % promueve la mejora del razonamiento matemático en estudiantes de secundaria de su comunidad. En particular, son las grandes empresas las que más contribuyen a la causa (10.1 %), seguidas por las micro, pequeñas y medianas empresas (ambas 1.8 %). Por su parte, minería es el sector productivo con mayor proporción de empresas que promueven la educación secundaria, con un 3.7 % del total. En particular, de las actividades que reportan las empresas para promover la mejora del razonamiento matemático en escuelas secundarias, el 43.8 % corresponde a voluntariados a través de soporte educativo, mientras que un 25 % a capacitación de docente y un 12.5 % a apoyo a través de alianzas.

Gráfico 55: Acciones que realizan las empresas para contribuir al razonamiento matemático en estudiantes de secundaria



Adicionalmente, de las empresas analizadas, solo el 15.6 % declara promover la mejora de la comprensión lectora en estudiantes de secundaria, siendo las grandes empresas las que contribuyen con mayor proporción (9.2 %), seguidas por las microempresas (2.8 %), y las medianas y pequeñas (ambas 1.8 %). Minería, nuevamente, es el sector productivo con mayor proporción (3.7 %) de empresas que promueven la educación secundaria. Con respecto a las iniciativas que realizan estas empresas, el 46.7% corresponde a voluntariados de soporte educativo, y a capacitaciones docentes y la donación de bibliografía especializada, ambas con 20 %.

Gráfico 56: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la comprensión lectora en estudiantes de secundaria



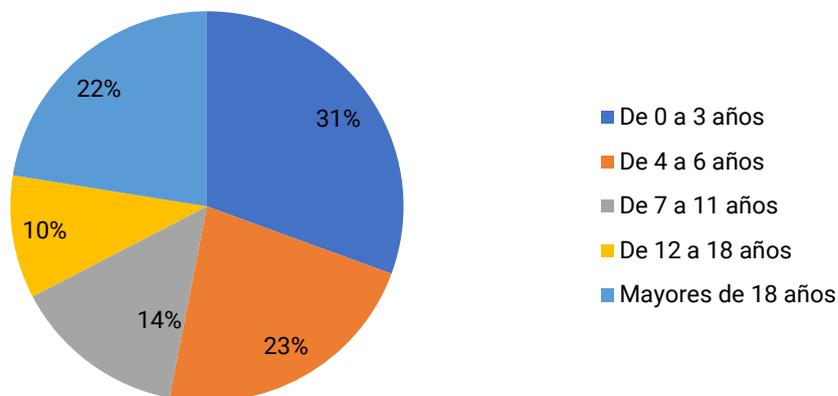
Acciones dirigidas a promover la salud

Iniciativas para promover la salud de la niñez y adolescencia, tales como las enfocadas en la reducción de los niveles de anemia, la salud sexual y reproductiva de los y las adolescentes, entre otras, no solo benefician a dicha población en sí, sino también resultan beneficiosas para la comunidad en general y para las empresas que forman parte de ella. Un niño, niña o adolescente sano tiene mayor posibilidad de rendir mejor en la escuela y, por ende, de desarrollarse académica y profesionalmente. Esto lleva a la generación de talento que finalmente podrá formar parte del sector privado. Además, al contar con beneficios en salud otorgados por parte de la empresa tanto para ellos como para sus hijas o hijos, los cuidadores que forman parte de la fuerza laboral pueden evitar ausentismo causado por problemas de salud, aumentando su bienestar y contribuyendo a la eficiencia y productividad en el trabajo.

Acciones dirigidas a la reducción de la anemia

De las empresas analizadas, el 23.9 % realiza acciones para reducir la anemia en el país. En particular, se refleja la importancia de las grandes empresas a este esfuerzo, con una mayor participación total (18.3 %), seguidas por las medianas (2.8 %), las micro (1.8 %) y las pequeñas (0.9 %). Por su parte, los sectores que más se vinculan a la reducción de la anemia son el de servicios en general (4.6 %) y minería (3.7 %). Las acciones de reducción de anemia que adoptan estas empresas se enfocan en niñas y niños de 0-3 años (30.6 %), seguidas del grupo de 4-6 años y de 18 a más (ambos 22.4 %).

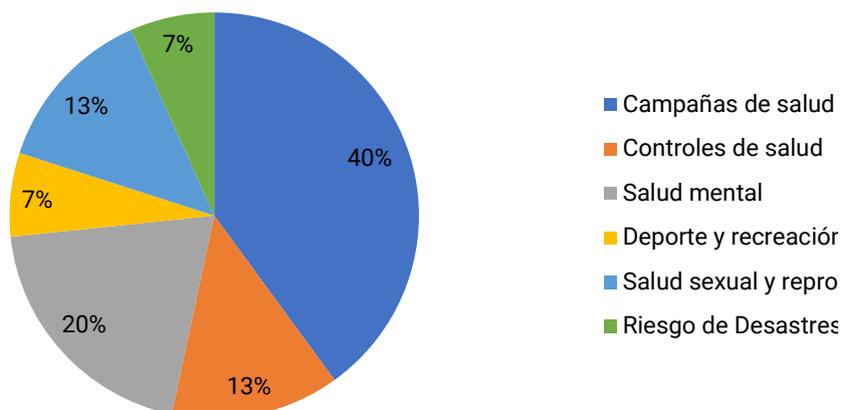
Gráfico 57: Acciones para reducir la anemia infantil, por edad



Acciones dirigidas a contribuir con la salud adolescente

El 17.8 % de las empresas analizadas realiza acciones a favor de la salud adolescente. Al desglosar esta cifra, las grandes empresas representan una mayor proporción, con un 11.2 % contribuyendo a este fin, seguidas por las microempresas (3.7 %), las pequeñas (1.9 %) y las medianas (0.9 %). Con respecto a los sectores productivos, minería (3.7 %) es el sector que más contribuye. Asimismo, las acciones predominantes que se implementan por parte de las empresas son: campañas de salud integral (40.0 %), salud mental (20.0 %), y controles de salud (13.3 %).

Gráfico 58: Acciones que realizan las empresas para contribuir a la salud de los adolescentes



Con respecto a si las empresas ofrecen a sus colaboradores algún tipo de información sobre la educación sexual integral y los derechos sexuales y reproductivos de adolescentes para colaboradores y sus hijas e hijos, solo el 5.5 % de las empresas participantes declara hacerlo. Sin embargo, un 82 % de empresas afirma estar dispuesto a incorporar temas vinculados a la educación sexual integral en sus planes de salud. Al desglosar por tamaño de empresa, las grandes empresas son las que predominan en cuanto a este fin, con un 4.6 % del total.

Acciones dirigidas a la promoción de la empleabilidad adolescente

Parte de la responsabilidad corporativa de respetar y promover los derechos de la niñez y adolescencia implica participar en programas de fomento del empleo juvenil, de desarrollo de competencias y de oportunidades de formación laboral para jóvenes trabajadores mayores de la edad mínima legal para trabajar. Programas educativos de calidad, de capacitación profesional y de desarrollo de medios de subsistencia son de especial importancia para el desarrollo del empleo juvenil. Esto no solo permite que las y los jóvenes puedan acceder a un empleo digno que les permita generar ingresos y desarrollarse tanto personal como profesionalmente, sino también, que las empresas cuenten con profesionales jóvenes debidamente capacitados para enfrentar los desafíos del mundo laboral, beneficiando así a la empresa y al desarrollo socioeconómico de la comunidad (UNICEF, 2012).

De las empresas participantes, el 29.4 % promueve las competencias de empleabilidad de los adolescentes de su comunidad. Al desglosarlo por tamaño, el 18.3 % corresponde a grandes empresas, seguido de microempresas con un 9.2 %, y medianas y pequeñas empresas (ambas 0.9 %). Sin embargo, al preguntar sobre la disposición de las compañías en participar en este tipo de iniciativas en caso aún no lo hagan, las pequeñas empresas son las más interesadas, seguidas de las micro y medianas empresas, con 29.3 %, 22.7 % y 14.7 %, respectivamente. En cuanto a los sectores productivos con mayor participación, el de servicios en general (3.7 %) y minería (2.8 %) son los que muestran mayor relevancia. Dentro de las acciones que realizan las empresas, las que más resaltan son el fortalecimiento de capacidades y habilidades blandas (55.2 %), las becas universitarias (17.2 %) y la publicación de oportunidades laborales (17.2 %), como se muestra a continuación.

Gráfico 59: Empresas que cuentan con disposición para incrementar la empleabilidad de adolescentes en la comunidad, por sector productivo

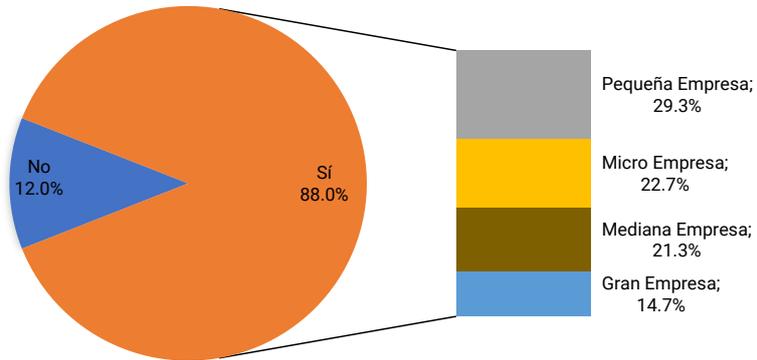
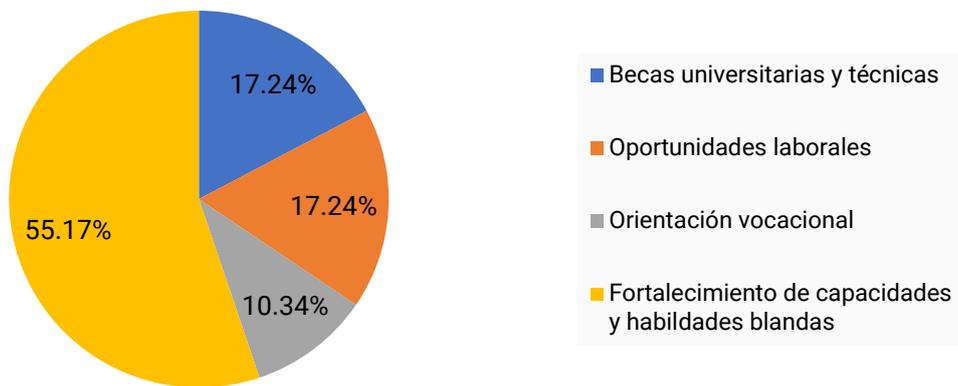


Gráfico 60: Acciones que realizan las empresas para promover la empleabilidad de adolescentes en la comunidad





Bibliografía

1. CEPLAN. (2019). Visión Perú 2050. Recuperado de <https://www.ceplan.gob.pe/visionperu2050>
2. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2012). Preguntas Frecuentes - Sindicatos. Recuperado de <https://www2.trabajo.gob.pe/preguntas-frecuentes-faq/sindicatos/>
3. Defensoría del Pueblo. Área Temática: Paz Social y Prevención de Conflictos. Recuperado de https://www.defensoria.gob.pe/areas_tematicas/paz-social-y-prevencion-de-conflictos/
4. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
5. Organización Internacional del Trabajo (OIT). Áreas de trabajo - Diálogo Social. ILO. Recuperado de <https://www.ilo.org/ifpdial/areas-of-work/social-dialogue/lang-es/index.htm>
6. UNICEF. (2014). *Derechos del Niño y Principios Empresariales*. Obtenido de <https://www.unicef.org/lac/media/6791/file/PDF%20Derechos%20del%20ni%C3%B1o%20y%20principios%20empresariales.pdf>
7. UNICEF. (2019). *Negocios y Políticas Orientadas a la Familia*. Obtenido de <https://www.unicef.org/media/95106/file/Business-Family-Friendly-Policies-ES.pdf>
8. UNICEF. (2020). *Children are everyone's business: Workbook 2.0*. Obtenido de <https://www.unicef.org/vietnam/media/2281/file/Children%20are%20everyone's%20business:%20workbook%202.0.pdf>
9. UNICEF. (2020). *Los niños, niñas y adolescentes tienen derechos*. Obtenido de <https://www.unicef.org/chile/los-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes-tienen-derechos>
10. UNICEF. (2020). *Parentalidad positiva*. Obtenido de <https://empresas.unicef.org/bo/#>
11. UNICEF. (2021). *Herramientas para la crianza positiva y el buen trato*. Obtenido de <https://www.unicef.org/mexico/herramientas-para-la-crianza-positiva-y-el-buentrato>



Anexos

Anexo 1: Tipos de alianzas en el marco de las cinco dimensiones de la Agenda 2030

| |
|---|
| 1. Personas |
| <ul style="list-style-type: none"> 1A. Lucha contra la pobreza - ODS 1 1B. Alimentación - ODS 2 1C. Salud y bienestar - ODS 3 1D. Educación de calidad - ODS 4 1E. Igualdad de género - ODS 5 |
| 2. Planeta |
| <ul style="list-style-type: none"> 2A. Uso eficiente de agua - ODS 6 2B. Gestión eficiente de residuos sólidos - ODS 12 2C. Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero - ODS 9.4 (meta) 2D. Sensibilización y capacitación para el cuidado del medioambiente - ODS 13 2E. Adaptación ante el cambio climático - ODS 13 2F. Conservación de biodiversidad y ecosistemas marinos - ODS 14 2G. Conservación de biodiversidad y ecosistemas terrestres - ODS 15 |
| 3. Prosperidad |
| <ul style="list-style-type: none"> 3A. Energía asequible y no contaminante - ODS 7 3B. Trabajo decente y crecimiento económico - ODS 8 3C. Industria, innovación e infraestructuras - ODS 9 3D. Ciudades y comunidades sostenibles - ODS 11 |
| 4. Paz - ODS 16 |
| <ul style="list-style-type: none"> 4A. Prevención y lucha contra la violencia en todas sus formas 4B. Prevención y lucha contra la trata de personas y explotación infantil 4C. Promoción del acceso a justicia 4D. Promoción de los derechos humanos 4E. Promoción de diálogo y acercamiento de actores sociales 4F. Acceso a la identidad 4G. Promoción de la gobernanza y el fortalecimiento institucional |
| 5. Alianzas - ODS 17 |
| <ul style="list-style-type: none"> 5A. Captación de fondos internacionales por las ODS 5B. Promoción tecnología ecológica 5C. Promoción de la ciencia 5D. Promoción de comercio multilateral 5E. Promoción de alianzas multiactor 5F. Obtención de datos, vigilancia y rendición de cuentas |

Anexo 2: Empresas que brindan respuesta en el Módulo de Niñez y Adolescencia (por pregunta)

| N° | Pregunta | % de empresas |
|-----|--|---------------|
| f01 | ¿La compañía cuenta con políticas, estrategias y/o objetivos corporativos a favor de la protección de los derechos de la niñez y adolescencia? | 100 % |
| f02 | Mencione el nombre de la política | 21 % |
| f03 | ¿La compañía cuenta con una política corporativa para prevenir el trabajo infantil a lo largo de su cadena de valor? | 100 % |
| f04 | De ser afirmativa, indicar a qué grupos se dirige la política | 45 % |
| f05 | Otros | 2 % |
| f06 | ¿La compañía cuenta con políticas corporativas orientadas a la familia (family-friendly policies)? | 100 % |
| f07 | En caso sea afirmativo indicar en qué áreas | 64 % |
| f08 | ¿La compañía promueve o realiza campañas de sensibilización relacionadas a la protección de los derechos de la niñez? | 100 % |
| f09 | En caso negativo, ¿estarían dispuestos a participar en campañas de sensibilización relacionadas a la protección de los derechos de la niñez? | 75 % |
| f10 | ¿La compañía cuenta con algún programa o acciones dirigidas a padres y madres, que laboran en la empresa, sobre crianza positiva / educación libre de violencia y con igualdad de género? | 100 % |
| f11 | En caso afirmativo, ¿en qué consiste dicho programa o acciones? | 77 % |
| f12 | En caso negativo, ¿estarían dispuestos en implementar algún programa o acciones dirigidas a colaboradores de la empresa que sean padres o madres, sobre crianza / educación libre de violencia y con igualdad de género? | 79% |
| f13 | ¿Realiza acciones hacia la comunidad sobre orientación para una crianza positiva con la participación de padres, libre de violencia y con igualdad de género para niñas, niños y adolescentes de su comunidad? | 98 % |
| f14 | ¿Realiza acciones para contribuir a la reducción de la violencia física, psicológica y sexual y basada en género en la niñez y/o adolescencia? | 96 % |
| f15 | ¿Ofrece a sus colaboradores algún tipo de programa, soporte o incentivo para fomentar el aprendizaje temprano, oportunidades de juego y comunicación y el cuidado cariñoso y sensible para las hijas e hijos, entre dos y cinco años, de sus trabajadores? | 97 % |
| f16 | De ser afirmativo, ¿cuál es el número de niños y niñas entre dos y cinco años beneficiados? | 7 % |
| f17 | ¿Realiza acciones que promueven el acceso de niños y niñas a la escuela primaria en su comunidad? | 97 % |
| f18 | En caso afirmativo, ¿a qué grupos incluye? | 23 % |
| f19 | ¿Realiza acciones para promover la culminación de la secundaria de los y las adolescentes en su comunidad? | 97 % |

| N° | Pregunta | % de empresas |
|-----|--|---------------|
| f20 | ¿La compañía ofrece a sus colaboradores algún tipo de programa, soporte o incentivo para la asegurar la culminación exitosa de la educación escolar de las hijas e hijos de sus trabajadores? | % de empresas |
| f21 | ¿Realiza acciones para promover la mejora del razonamiento matemático en estudiantes de secundaria? | 98 % |
| f22 | En caso afirmativo, ¿en qué consisten dichas acciones? | 14 % |
| f23 | ¿Realiza acciones para promover la mejora de la comprensión lectora en estudiantes de secundaria? | 98 % |
| f24 | En caso afirmativo, ¿en qué consisten dichas acciones? | 14 % |
| f25 | En el marco de los beneficios de salud que ofrece la empresa a sus colaboradores, ¿se incluye algún programa, taller o actividad sobre educación sexual integral y derechos sexuales y reproductivos de adolescentes, dirigido a sus colaboradores y a sus hijas e hijos adolescentes? | 98 % |
| f26 | En caso negativo, ¿estaría dispuesto a incorporar en los beneficios de salud corporativos las iniciativas sobre educación sexual integral y derechos sexuales y reproductivos de adolescentes dirigido a sus colaboradores y a sus hijas e hijos adolescentes? | 90 % |
| f27 | ¿La compañía realiza acciones para reducir la anemia en el país? (Tanto para colaboradores como para aliados o población de influencia) | 98 % |
| f28 | De ser afirmativo, indicar a qué grupo etario | 23% |
| f29 | Particularmente, ¿la compañía realiza acciones a favor de la salud adolescente? | 96% |
| f30 | De ser afirmativo, ¿en qué consisten dichas acciones? | 16 % |
| f31 | ¿Realiza acciones que promuevan las competencias empleabilidad de las y los adolescentes de su comunidad? | 98 % |
| f32 | En caso afirmativo, ¿en qué consisten dichas acciones? | 26% |
| f33 | En caso negativo, ¿estarían dispuestos en participar en iniciativas que mejoren las competencias de empleabilidad de las y los adolescentes de su comunidad? | 68 % |

The logo features a central white circle containing the text 'SDG CORPORATE TRACKER PERÚ'. This central circle is surrounded by several concentric rings. The innermost ring consists of small, colored rectangular segments in shades of blue, red, orange, and green. The next ring out is a thin, solid-colored line. The outermost ring is composed of larger, colored rectangular segments in shades of blue, purple, orange, and green. The entire design is set against a background of many thin, concentric white circles that create a ripple effect.

SDG

CORPORATE
TRACKER

PERÚ