El Comercio

MEMORIA ANUAL 2024

EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.

Firmado Digitalmente por:
ANTONIO HORACIO ROMAN CALZADA
Fecha: 06/03/2025 10:51:14 p.m.

El Comercio

INDICE

- Declaración de Propósito, Visión y Valores

- Unidades de Negocio
  - Unidad de Negocio Prensa
  - Unidad de Negocio Tv
  - Unidad de Negocio Servicios Empresariales

- Gestión Corporativa
  - Administración y Finanzas
  - Auditoría y Riesgos
  - Legal y Cumplimiento

- Sostenibilidad Corporativa

- Nuestros órganos de gobierno corporativo y principales ejecutivos

El Comercio

DECLARACIÓN DE PROPÓSITO, VISIÓN Y VALORES

PROPOSITO

Empoderar a las personas para mejorar sus vidas y construir un mundo mejor.

VISION

Ser líder de contenidos y audiencia, efectivizados por data y rentabilizados con transacciones; con una misión de servicio para el progreso del Perú.

VALORES

"Actuamos según los valores y principios rectores del Grupo"

- Operamos acorde a las leyes establecidas y estandares eticos.
- Cumplimos nuestra palabra.
- Decimos la verdad. Somos objetivos y transparentes.
- Fomentamos la libertad de pensamiento y de expresión.
- Podemos cometer errores, pero no haremos lo que sabemos que esta mal.





" Nuestro compromiso se manifiesta en todo lo que hacemos y en lo que decimos"

- Creemos que nosotros, los trabajadores del Grupo, somos el recurso más valioso.
- Buscamos la excelencia en todo lo que hacemos.
- Somos dueños de nuestras acciones y responsables de los resultados.
- Hacemos lo que es mejor para nuestros clientes, nuestro equipo y las comunidades donde estamos presentes.

“Somos inclusivos”

- Respetamos la diversidad de pensamiento, género, raza, origen, color, religión, estado civil, ideologías, condición socioeconómica, preferencia sexual, edad, condiciones físicas y discapacidad o cualquier otra condición.
- Valoramos, reconocemos y promovemos nuestro desarrollo.
- Respetamos el tiempo y el espacio de todos.
- Valoramos la naturaleza.
- Somos ejemplo de respecto a la ley y a las personas.
- Respetamos a nuestros colegas, clientes, consumidores y los tratamos como deseamos ser tratados.





“Sea como equipo, comunidad o país, generamos unidad, pues la unión hace la fuerza”

- Respetamos nuestras diferencias, y las aprovechamos para crecer y avanzar.
- Impulsamos la colaboración y el trabajo en equipo.
- Estamos comprometidos con el aprendizaje y el desarrollo continuo.
- Como parte de un mundo interconectado, asociamos personas y recursos internos y externos para generar valor y maximizar resultados.
- Trabajamos en equipo con confianza entre las unidades de negocio, funcionarios, áreas y geografías.

“Nuestro optimismo genera energía colectiva”

- Cuidamos nuestro bienestrar.
- Creemos que el buen humor y la alegría enriquecen nuestro trabajo.
- Lideramos con actitud positiva, siempre tratando de estar encima de las circunstancias.
- Encontamos alegría satisfacción en la generosidad y la entrega.



.

GESTIÓN DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

UNIDAD DE NEGOCIO PRENSA

Misión

Generamos contenidos en español para diversas plataformas, aplicando soluciones innovadoras para conectar a más audiencias con información y entretenimiento de calidad, mejorando la vida de las personas.

El 2024 ha sido un año clave en la transformación del modelo de negocio de prensa. Con un enfoque en la optimización de costos operativos, la generación de nuevas fuentes de ingresos y la consolidación digital, se ha logrado fortalecer la capacidad para atraer y retener diferentes audiencias digitales e impresas a través de un portafolio de marcas sólido y diversificado.

Al cierre del periodo, producto del uso adecuado de los recursos financieros y gestión de capital de trabajo de la compañía, se logró un flujo operativo positivo de S/ 17.7 millones y la deuda financiera se redujo en S/ 11.0 millones (-18%), pasando de S/ 63.0 millones al cierre de diciembre de 2023 a S/ 52.0 millones al cierre de diciembre de 2024.

Con respecto al estado de resultados, se obtuvo un EBITDA de S/ 10.4 millones, con un margen del 5.2%. Este resultado es el efecto del plan transformacional y de eficiencias del negocio de Prensa, que comenzó a inicios de año, el cual capturó ahorros por S/ 15 millones en costos fijos y adicionalmente tuvo como objetivo enfocarse en la transformación de fuentes de ingresos.

Los ingresos del Negocio Prensa alcanzaron los S/ 200.3 millones. Este resultado se debe al crecimiento de otros ingresos, que aumentaron en un 22% respecto al periodo 2023. Este incremento es explicado principalmente por los negocios de suscripciones digitales (+5%), optativos (+38%), eventos (+573%) y servicios de impresión (+28%); los cuales aportaron en conjunto a la rentabilidad del negocio en S/ 5.5 millones respecto al periodo 2023.

A nivel audiencias digitales, este año el Grupo El Comercio (GEC) alcanzó más de 2,100 millones de páginas vistas y más de 500 millones de Browsers únicos (-20%). Aunque estos números reflejan una disminución en comparación al volumen del periodo 2023, es importante destacar que esta variación responde a un cambio estratégico en el enfoque del negocio y contenido; mientras que durante los últimos cincos años, el GEC apostó hacia un modelo centrado en la masividad, impulsado por el crecimiento de audiencias internacionales y la publicidad programática, desde este año, se focalizó la generación de contenidos a construir audiencias más fieles y de calidad, centradas principalmente en una audiencia local, lo que permitió el despegue de los negocios de suscripciones digitales y venta de publicidad digital directa. Esta nueva ruta ha permitido orientar los recursos hacia una mayor especialización y profundización en el conocimiento y segmentación de nuestros lectores y anunciantes, mejorando nuestra propuesta de valor en los distintos negocios, logrando así una base de usuarios más comprometida y orientada a un modelo sostenible de ingresos.

Como resultado de este cambio en la estrategia en el enfoque de audiencias, se logró alcanzar los 110,000 suscriptores digitales, consolidando al GEC como líder en el modelo de suscripción digital en el país y tercero en la región en cuanto volumen de clientes digitales frente al Grupo de Diarios de América (GDA). Este logro no solo marca un avance significativo en la consolidación de la transformación digital del negocio, sino que también subraya la capacidad de nuestras redacciones, equipos comerciales y de marketing para adaptarse en un entorno digital cada vez más competitivo.

Para fines de año, también como parte del proceso de transformación, se cerró un capítulo importante en la historia del diario Depor. Después de 15 años de exitosa trayectoria en formato impreso, Depor dio un paso decisivo hacia la digitalización al cerrar su ciclo como publicación física el 31 de diciembre de 2024. Este cambio, refleja su apuesta por adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y consolida su evolución digital.

Por el lado de las audiencias impresas, se reforzaron las ediciones de El Comercio, Trome y Ojo con el objetivo de sostener la circulación, garantizando que las diferentes ediciones sean relevantes y atractivas para una audiencia aún vigente y estable. En el caso de Trome, las promociones semanales de cartillas de Bingo se consolidaron como una estrategia eficaz, generando un incremento del +13% en ventas en comparación con semanas orgánicas (sin promoción). En El Comercio, se incorporaron nuevos columnistas y redactores que enriquecieron la oferta editorial de fin de semana.

Por su parte, en Ojo, se implementó una estrategia para mejorar las ventas semanales, incorporando secciones de juegos lúdicos los días de semana. Esta medida contribuyó a la sostenibilidad de las ventas del diario, logrando un incremento de +15 mil ejemplares adicionales vendidos.

El Comercio: 185 años de liderazgo, innovación y transformación digital

El Comercio celebró su 185 aniversario con un enfoque renovado, consolidando su compromiso con el periodismo de propósito, la responsabilidad social y, sobre todo, la conexión genuina con su audiencia. Este año no solo marcó una fecha trascendental en la historia del diario, sino que también reafirmó su posición como un referente de innovación en el mercado, destacando la capacidad de la redacción para adaptarse a las nuevas realidades digitales, logrando cuadriplicar su cartera de suscriptores digitales, alcanzando los 3 millones de seguidores en TikTok y batiendo records de participación y registros en los diferentes premios impulsados por el equipo editorial.

Un ejemplo claro de este enfoque renovado fue el lanzamiento de la campaña “Un compromiso diario”, que tuvo como objetivo celebrar el aniversario del diario y reforzar la confianza de la audiencia hacia la labor periodística de la marca, al poner en valor el esfuerzo y trabajo constante de todo el equipo editorial por llevar el mejor contenido posible a los lectores. Uno de los momentos más memorables fue la campaña digital “¿Qué pasó el día que naciste?”. Esta innovadora iniciativa permitió a los usuarios revivir la portada del diario correspondiente al día de su nacimiento, generando una conexión emocional y profunda con la audiencia. El proyecto fue un éxito rotundo, alcanzando 70,000 visitas y demostrando, una vez más, la cercanía de El Comercio con sus lectores.

A lo largo del año, no solo se innovó en el ámbito digital, sino que se trabajaron diferentes iniciativas editoriales con el objetivo de reforzar el vínculo con los lectores, una de estas iniciativas fue la Audiencias Vecinales. Este proyecto, que comenzó en Ventanilla y se extendió a otros distritos de Lima, fomentó el diálogo abierto sobre los problemas sociales más relevantes. Más de 2,000 vecinos participaron activamente en talleres y cabildos abiertos, fortaleciendo la relación con la comunidad y subrayando el rol de El Comercio como un medio comprometido con las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos. Del mismo modo, el diario desplegó, por cuarto año consecutivo el programa “Corresponsales Escolares”. En el 2024, el programa reunió a 195 estudiantes de colegios privados y públicos de 13 provincias del Perú, con el apoyo de más de 30 periodistas mentores, desarrollaron habilidades de comunicación y pensamiento crítico. Además, el programa “Voz Universitaria” logró la participación de más de 300 estudiantes permitiendo a la comunidad universitaria compartir sus perspectivas y contribuir al debate público.

Por otro lado, por segundo año, se lanzó la campaña “Peruanos que Suman”, con la participación de 13,970 personas que votaron por 9 finalistas, cuyas historias de superación y altruismo dejaron una profunda huella en el público. El ganador de esta edición fue Rodolfo Ortiz, un inventor de Cajamarca que desarrolló un purificador de agua para beneficiar a las poblaciones rurales. Su historia inspiradora fue celebrada durante una emotiva ceremonia en la histórica sede de El Comercio.

Asimismo, este 2024 El Comercio logró diferentes reconocimientos a nivel internacional. En los INMA Global Media Awards en Londres, el diario ganó el primer lugar en publicidad creativa por la campaña “Todos somos Santa”. Este reconocimiento, junto con otros galardones, como el primer puesto en los Premios GDA por el especial “Aisladas: La otra cara del fenómeno de El Niño”, resalta el enfoque hacia excelencia en la innovación tanto en la generación de contenidos como en el desarrollo de nuevos formatos. De igual manera, en el ámbito de la fotografía, Joel Alonzo, reportero gráfico de El Comercio, ganó el Premio Nacional de Periodismo 2023 en la categoría Fotografía Periodística con su trabajo titulado “Inseguridad en Lima: ola de violencia”.

En cuanto a la consolidación de la transformación digital, este año fue clave: El Comercio alcanzó los 85,000 suscriptores digitales, consolidándose como líder en el modelo de suscripción digital en el país. Este hito fue posible gracias a la reestructuración estratégica en las áreas editoriales y de marketing, que permitieron la creación de contenido adaptado a las necesidades de los usuarios y el desarrollo de campañas segmentadas dirigidas a audiencias específicas. Además, se implementaron herramientas avanzadas de análisis de datos y métricas de audiencia, lo que facilitó la toma de decisiones de forma más ágil y precisa. Gracias a este enfoque, se logró un crecimiento sostenido, posicionando a El Comercio como un referente en el ámbito digital y recuperando el liderazgo como medio referente en la región.

Durante el año, El Comercio continuó siendo un pilar en la preservación y promoción del deporte nacional. Un claro ejemplo de esto fue el lanzamiento del libro Centenario, que conmemora los 100 años de Universitario de Deportes. Este proyecto no solo destacó más de 250 fotografías inéditas del Archivo Histórico El Comercio, sino que también se convirtió en una pieza valiosa tanto para los fanáticos del club como para la historia deportiva del país. La presentación del libro en la Feria Internacional del Libro de Lima fue un momento emotivo, que permitió a los hinchas conectar con el legado de su equipo.

Adicionalmente, El Comercio fortaleció su rol como actor clave en la construcción de la memoria colectiva del Perú. Esto quedó demostrado con su participación en el APEC CEO Summit 2024, un evento de relevancia internacional que reunió a líderes globales y jefes de Estado de las 21 economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico. Este foro no solo resaltó la importancia del Perú en el contexto internacional, sino que también permitió a El Comercio demostrar su capacidad para ofrecer información de calidad a nivel global, contribuyendo al debate sobre los desafíos y oportunidades económicas del país y siendo el único medio autorizado de este foro.

Asimismo, en el marco de sus 20 años, Día1, el suplemento de negocios de El Comercio, celebró su vigésimo aniversario. Para conmemorar esta fecha, el área eventos, en colaboración con el área editorial, organizó el Día1 Summit, un evento exclusivo destinado a reunir a los principales líderes del sector empresarial y autoridades del país para discutir las tendencias más actuales en la toma de decisiones estratégicas. El Día1 Summit, celebrado el 30 de mayo en el Hotel Westin tuvo la participación de más de 300 personas. Durante el evento, se compartieron perspectivas clave sobre la economía y la política, tanto a nivel global como local.

Los premios editoriales de El Comercio siguieron marcando huella a lo largo del año y captaron la atención de las diferentes audiencias. En abril, se celebraron los Premios Luces, el cual destacó por su innovación digital, alcanzando un récord histórico de más de 100,000 registros, reflejando el creciente interés del público hacia el arte y entretenimiento. En junio, los Premios Somos, también rompieron barreras con su innovadora campaña digital, logrando 50,000 registros y consolidando su posición como el principal evento para promover la identidad culinaria del país. Y en el ámbito deportivo, en diciembre se lanzaron los Premios DT, logrando alcanzar 10,000 registros, marcando un punto de partida para celebrar el deporte peruano.

A través de estos premios y las constantes acciones de captación de registros, se logró atraer más de 300,000 nuevos registros y leads, los cuales, a través de un mayor engagement con El Comercio, se convirtieron en una audiencia potencial para futuras suscripciones.

Del mismo modo, el Club El Comercio también alcanzó nuevos logros en 2024, consolidando su posición como parte de la propuesta de valor de la suscripción del diario, destacándose con su

campaña “Repetir te sale a cuenta”, que logró un récord de fidelización con más de 300,000 consumos registrados. Este éxito no solo refleja la creciente lealtad de los seguidores, sino que también demuestra la efectividad de las iniciativas diseñadas para fortalecer el vínculo con la comunidad, manteniéndola comprometida y activa.

En el ámbito de la innovación tecnológica, El Comercio dio un paso decisivo con el lanzamiento de “Illa”, el primer proyecto periodístico basado en Inteligencia Artificial, centrado en la lucha contra la violencia obstétrica y ginecológica. Este esfuerzo no solo reafirma el compromiso con la defensa de los derechos de las mujeres, sino también con la lucha contra la desinformación. Asimismo, nuestra presencia digital experimentó un crecimiento notable, superando los 3 millones de seguidores en TikTok, lo que evidencia la capacidad del diario para conectar con audiencias más jóvenes y dinámicas mediante contenidos innovadores y en tiempo real.

Siguiendo con la apuesta por la tecnología, también se lanzó el Laboratorio de Periodismo de Datos y Multiformatos, en colaboración con la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), un proyecto orientado a formar a la próxima generación de periodistas con las herramientas necesarias para enfrentar los retos del periodismo digital, con esta iniciativa, El Comercio no solo fortaleció su visión de innovación, sino que también dio un paso decisivo en la capacitación de los futuros periodistas del país.

Al cierre del 2024, El Comercio recibió un merecido reconocimiento al ser declarado el mejor portal periodístico del país por la Cámara de Comercio de Lima. Este premio destacó el esfuerzo continuo por mantener altos estándares de calidad en el periodismo y la innovación, pilares fundamentales que han permitido a El Comercio mantenerse relevante a lo largo de su historia.

Por último, El Comercio marcó un importante hito al ver a su Director, Juan Aurelio Arévalo Miró Quesada, asumir la presidencia del Consejo de la Prensa Peruana (CPP), una de las organizaciones más influyentes en la defensa de la libertad de prensa en el país. Este nombramiento resalta el compromiso de nuestro diario con los valores fundamentales del periodismo y la libertad de expresión.

Gestión: Un Año de Innovación, Educación y Responsabilidad

En Gestión, se logra conectar de manera más eficaz con la audiencia, integrando tecnología e innovación en todas sus acciones. Uno de los hitos clave fue la implementación de recomendadores de newsletters integrados en todas sus notas web. Esta herramienta personalizada permite ofrecer contenidos ajustados a los intereses de cada lector, logrando optimizar la retención y fidelización de nuestra audiencia, potenciando el valor de nuestros newsletters como un canal clave de comunicación y engagement.

Siguiendo con este enfoque estratégico, se lanzó la sección G Universitario, dirigida especialmente a estudiantes de pregrado y postgrado. Desarrollada por el equipo de Audiencias en colaboración con la Redacción de Diario Gestión, esta iniciativa tiene como propósito proporcionar contenido valioso para el desarrollo académico y profesional de los jóvenes. A través de G Universitario, los estudiantes tienen acceso a newsletters educativos, consejos sobre empleabilidad, contenido exclusivo sobre educación y blogs escritos por los mismos estudiantes, fomentando una comunidad dinámica y participativa que se fortalece día a día.

En paralelo, este año, G de Gestión dio un paso crucial hacia el futuro con el lanzamiento de su versión 100% digital, marcando el fin de su formato impreso. La nueva plataforma digital permite ofrecer contenidos más actualizados y relevantes de manera más rápida, a la vez que optimiza la interacción con la audiencia. Gracias a ello, se pueden explorar nuevos formatos multimedia y ampliar la variedad de contenido disponible, lo que permite estar más cerca de los lectores.

En línea con nuestra apuesta por el futuro, 2024 marcó el regreso de “Perspectivas”, el tradicional evento de Diario Gestión, que había sido suspendido debido a la crisis sanitaria de 2020. Bajo la dirección de Omar Mariluz, Perspectivas fue relanzado en agosto y se celebró en el The Westin Lima Hotel. El evento reunió a líderes empresariales, ejecutivos y expertos para debatir sobre los desafíos y oportunidades que enfrentará el país en 2025, en los ámbitos político y empresarial.

Además, Gestión Responsable también alcanzó un hito en 2024, consolidándose como un evento clave en la promoción de la responsabilidad empresarial y social. Organizado por el equipo editorial de Gestión en colaboración con el área Comercial, esta edición destacó temas fundamentales como la sostenibilidad, la ética empresarial y la responsabilidad social, todos esenciales para el desarrollo económico y social del Perú.

En resumen, Gestión dio un paso decisivo hacia el futuro, consolidando su liderazgo en innovación, educación y responsabilidad social. A lo largo del año, fortaleció su conexión con la audiencia a través de herramientas digitales personalizadas, como los recomendadores de newsletters, y el lanzamiento de G Universitario, una sección pensada para los estudiantes del país. Además, la transición de G de Gestión a una plataforma 100% digital, junto con el regreso de eventos emblemáticos como Perspectivas y Gestión Responsable, reafirmaron su enfoque hacia el análisis profundo y la promoción de buenas prácticas en el ámbito empresarial y social.

Trome

A lo largo de este año, en Trome, el diario líder del segmento popular, lanzamos nueve campañas promocionales, desde "El Cangrejito Millonario" en enero hasta "Regalazo de Papá Noel" en diciembre. Estas iniciativas generaron un incremento promedio de 20,134 ejemplares vendidos por día, lo que representa un crecimiento del 12.8% en comparación con las semanas sin promociones. Como resultado, en 2024 alcanzamos un total de 62,836,935 ejemplares vendidos, equivalentes a S/ 34’155,467.

Es importante destacar que la presencia digital de Trome sigue expandiendo su alcance. Los exitosos podcasts Café con la Chevez y La Fe de Cuto, conducidos por Carla Chevez y Cuto Guadalupe, se han consolidado como los favoritos de los peruanos que disfrutan de programas de entrevistas en YouTube. Con entrevistas a figuras influyentes del mundo del entretenimiento y el deporte, estos podcasts lograron conquistar al público digital. La Fe de Cuto se posicionó en el tercer puesto entre las entrevistas más vistas, acumulando más de 151,000 reproducciones por episodio y un total de 7.5 millones de vistas en 2024. Por su parte, Café con la Chevez alcanzó el quinto lugar, con más de 106,000 reproducciones por programa y más de 5.5 millones de vistas totales. Además, al cierre del año, alcanzamos 2.8 millones de seguidores en TikTok, lo que refuerza aún más nuestra influencia y crecimiento en el ámbito digital.

Ojo y Correo

Ojo, nuestro segundo diario popular enfocado en el hogar, tuvo una venta de 12’593,699 ejemplares, los cuales representaron un ingreso de S/ 8’445,953. Con el propósito de sostener la circulación y reforzar nuestra misión de entregar contenido que beneficie al lector, continuamos publicando actividades lúdicas como “Mente ágil”, “Modo vacilón” y “La yapita”, diseñadas para estimular la memoria, la atención y el lenguaje. Mientras que, Correo, nuestro diario líder en provincia, alcanzó la venta de 4’790,069 ejemplares, representando un ingreso de S/ 4’151,352, siendo el domingo el día con mayor venta en el año.

Al cerrar 2024, el Grupo El Comercio ha logrado avances notables que refuerzan su posición de liderazgo. La exitosa transición hacia un modelo de negocio digital se consolidó con el hito de alcanzar 110,000 suscriptores digitales, consolidándose como el principal referente en suscripción digital en el Perú. Este resultado es el reflejo de una estrategia orientada a la fidelización de audiencias y a la creación de contenido de calidad. Al mismo tiempo, el Grupo adaptó sus productos impresos a las nuevas exigencias del mercado. Iniciativas como las promociones de Trome y la ampliación de contenidos en El Comercio y Ojo evidencian la capacidad de GEC para mantenerse relevante y competitivo en todos sus frentes. A lo largo de este año, el Grupo El Comercio ha demostrado su capacidad para evolucionar con éxito, equilibrando la innovación digital con la preservación de sus formatos tradicionales, siempre con el objetivo de seguir conectando de manera profunda con el público peruano.

UNIDAD DE NEGOCIO TELEVISIÓN

Visión

Mantener el liderazgo de la televisión de señal abierta del país, trabajando para que cada persona en el Perú dedique como mínimo una hora de su tiempo diario a entretenerse y/o informarse a través de la pantalla de América TV.

El 2024 fue uno de los años más difíciles de los que se tiene recuerdo en la industria de la publicidad en el país lo que hizo que lograr los objetivos trazados sea mucho más difícil que en años anteriores.

Los índices de audiencia continuaron favoreciendo al canal con programas como Al Fondo Hay Sitio que lograron más del 50% de share en sus horarios. En el primetime, este programa estuvo acompañado por las novelas de “Del Barrio”, principalmente por “Tu Nombre y el mío”, historia que cuenta los años posteriores al trágico accidente del Grupo Néctar. Además, se continuó con una nueva temporada de “Esto es Guerra” lo que consolidó el liderazgo de América las noches de la semana.

En cuanto a eventos especiales, América fue el canal con más audiencia durante los partidos de la clasificatoria y se lograron audiencias importantísimas durante la Copa América, la cual fue televisada en exclusiva por América.

En Prensa, un año más los noticieros fueron los preferidos del público y el área continuó en su búsqueda de eficiencias que garanticen la sostenibilidad del área por los próximos años.

Kapow mientras tanto, nuestra productora basada en Argentina continuó abasteciendo a plataformas de streaming de contenido Premium. Destaca entre estos contenidos dos temporadas de “Envidiosa” para Netflix, la que se convirtió en una preferida del público en múltiples países de Latinoamérica.

En marzo se nombró un nuevo directorio presidido por Maki Miró Quesada. En agosto Fernando Muñiz Bethancourt asumió la Gerencia General, para hacerse cargo de la transformación digital de la compañía. Luego de unos meses de trabajo estratégico se lanzó “América Multimedia”, una nueva compañía que agrupa los cuatro ejes establecidos por el nuevo CEO: América Tv, América Estudios, Kapow y América Digital. En la preventa, realizada los primeros días de diciembre, se presentó al mercado esta estrategia con novedades para los siguientes años, como la aplicación BOOM, para la generación Z, o los derechos para los mundiales de fútbol para el ciclo 2026-2030.

Los ingresos alcanzaron en el 2024 S/ 411.0 MM. Se logró un EBITDA de S/ 49.0 MM (12%) y una Utilidad Neta de S/ 1.7 MM

UNIDAD DE NEGOCIO SERVICIOS EMPRESARIALES

Misión

Generamos confianza en nuestros clientes, siendo la mejor solución de servicios gráficos, destacándonos por nuestra experiencia, tecnología e innovación.

Durante el año 2024, Amauta Impresiones Comerciales SAC enfrentó una reestructuración organizacional buscando ser más eficientes, esto llevó a plantearse un nuevo escenario enfocado en mantener la continuidad de la empresa, la reorganización gerencial y reducción de costos. En el área Comercial fue necesario recomponer el equipo completo, desde ejecutivos comerciales hasta los lideres de cada línea, buscando la especialización y conocimiento de cada negocio.

Este cambio, sobre todo en el área comercial, se ve reflejado en los resultados a partir del mes de junio, viéndose un incremento en ventas de 7.8% y 9.5% en el 3er y 4to trimestre respecto a los mismos periodos del 2023.

Las ventas de Amauta alcanzaron los S/ 51.1 MM, 7.2% menos que el 2023. Logramos un margen bruto del 21.8% y un EBITDA (excluyendo cobranzas dudosas) del 5.4%. La disminución en ventas se debió principalmente a la línea de negocio de Packaging, que fue el segmento más afectado por los cambios del área comercial.

En esta línea de negocio se tuvo una reducción de 18.1% de las ventas respecto al año 2023, sin embargo, algunos segmentos como Salud, Agroexportación, Bebidas y Licores, y Automotríz tuvieron un incremento en las ventas. Durante el año se incrementó la cartera de clientes con el registro de 22 nuevos clientes y la recuperación 6 clientes.

La línea de negocio de Etiquetas registró un incremneto de 6.9% respecto al 2023, mientras que las líneas de negocio Offset se redujo en 7% y la de Flexografia 12.5% sin embargo su margen bruto se incrementó en 65%.

Adicionalmente se lograron eficiencias en la gestión de capital de trabajo de la compañía, alcanzando una reducción de S/ 3.3MM respecto al año anterior, el trabajo se concentró en la gestión de optimización de inventarios, mejorando su calidad y las condiciones de pago debido a la gestión activa con proveedores.

Para el año 2025, la estrategia del negocio estará centrada en la consolidación de productos, principalmente microcorrugado en Packaging y termoencogibles en Etiquetas, así como en la captación de nuevos clientes y recuperación de clientes perdidos en todas las líneas de negocio. Continuaremos enfocados en nuestra propuesta de valor basada en servicio, calidad y precio.

GESTION CORPORATIVA

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Durante 2024 el equipo central de Administración y Finanzas se dedicó a dar soporte a las unidades de negocio del Grupo en función a las políticas y procedimientos establecidas. En tal sentido, las prioridades del equipo fueron el acompañamiento a las unidades de negocio, tanto en la gestión de la tesorería, planeamiento financiero, procesos, créditos y cobranzas como en la identificación de los impactos contables de la crisis, así como la rentabilización de los activos inmobiliarios.

En el periodo 2024 se lograron eficiencias en las tareas transversales y la gestión de capital de trabajo de las empresas del Grupo, en tal sentido, en la unidad de negocio de Servicios Empresariales se recuperó en las cuentas por cobrar a editoriales S/ 2.1 millones y se redujo la deuda en S/ 3.0 millones (-22% con respecto al año anterior), y con respecto a la unidad de negocio de Prensa se redujo de la deuda en S/ 11.0 millones (-18% con respecto al año anterior). La consolidación de la migración a SAP S/4HANA nos permitió integrar los tableros de control para la toma de decisiones a la alta gerencia y la mejora en el proceso de control y programación de pagos a proveedores.

En la Gestión Inmobiliaria se continuó avanzando el saneamiento físico legal de las propiedades con el objeto de tener aptos los predios para monetizarlos.

En el 2024 se ejecutó la tercerización contable, este cambio generó eficiencias como la mejora del proceso de registro, cierres y la comunicación de resultados financieros a nuestros stakeholders con un menor tiempo y costo; este proceso también redujo carga operativa absorbiendo procesos específicos de distintas áreas, manteniendo la calidad de la gestión contable y tributaria.

Como parte del fortalecimiento de los controles internos, se han actualizado las políticas de Administración y Finanzas para integrar de manera efectiva la debida diligencia en los procesos claves. En tal sentido, en el proceso de Compras, se mejoró el control de habilitación de proveedores, incorporando criterios que permiten asegurar la operatividad y calidad del servicio, así como fomentar relaciones transparentes y sostenibles, alineadas con los estándares de la compañía.

En diciembre del 2024 se decidió unificar la Gerencia de Administración y Finanzas de las unidades de negocio Amauta, Prensa y Televisión, esto generará sinergias, y permitirá el traslado de conocimiento y especialidades entre las unidades de negocio, generando así eficiencias operativas que permitirá unificar procesos entre los negocios de Prensa y TV.

AUDITORÍA Y RIESGOS

Durante el 2024, la Gerencia Corporativa de Auditoría y Riesgos conservó la estrategia y buenas prácticas de los procesos del Grupo El Comercio, para trabajar bajo las salvaguardas necesarias de independencia entre las áreas de auditoría y riesgos; siguiendo los estándares internacionales para trabajar dentro de una sola Gerencia Corporativa, que reporta al Comité de Auditoría y Riesgos..

Con relación al Plan de Auditoría 2024, se emitieron diez (10) informes de auditoría, enfocando el resultado de la evaluación del diseño y eficacia de los controles.

En la unidad de Prensa, se auditaron los siguientes procesos: gestión de colecciones, administración de ventas B2B, suscripciones, planeamiento de la producción, gestión de cobranzas, gestión de tesorería y compras de tecnología. También se realizaron exámenes especiales que comprendieron la revisión del modelo anticorrupción, el proceso de venta de remanentes, gestión del contenido digital en los portales web; además de distintos trabajos de acompañamiento a Marketing y Portafolio de Marcas para reforzar los controles en los procesos de promociones y premios.

En la unidad de Negocio de Servicios Empresariales se emitieron informes de auditoría relacionados a los procesos de gestión de almacenes, control de egresos y gestión de contable, gestión de tesorería y gestión de cobranzas. Así como un informe especial relacionado a la integridad de las licitaciones de los servicios de transporte.

Con relación al seguimiento de medidas correctivas y planes de acción, durante el 2024 se revisó la implementación de las recomendaciones de auditoría interna y externa con cada líder de proceso, evaluando si las medidas se implementaron según lo comprometido en los informes de auditoría.

Al cierre del año, el Grupo El Comercio logró un 81% y 88% de cumplimiento en la implementación de acciones recomendadas por auditoría interna, en las unidades de negocio de Prensa y Servicios Empresariales (Amauta) respectivamente. Respecto al año anterior, este resultado reflejó una tendencia anual positiva con relación a Prensa y en Amauta se mantuvo el porcentaje de cumplimiento.

En cuanto al aseguramiento de la gestión de riesgos en el Grupo El Comercio, en el primer trimestre del año 2024, la Unidad de Riesgos se orientó principalmente a la evaluación de los riesgos sobre la contratación del proveedor de servicios contables, debido a la recomposición del área de contabilidad; a la identificación de riesgos y propuesta de planes de acción para la comercialización del archivo digital de El Comercio; y al relevamiento y sugerencia de controles en el nuevo flujo de compras de optativos.

En el segundo trimestre, se apoyó al equipo de almacén en la elaboración del índice de ocupación del almacén de optativos y se realizó el relevamiento y evaluación de riesgos en la publicación de notas en los portales web de las distintas marcas, sugiriendo mejoras en cuanto al proceso de redacción y publicación de notas periodísticas, y en la elaboración de la política respectiva.

Con relación a la actualización de políticas y procedimientos de las unidades de negocio, como parte de la gestión de continuidad de negocio, la Unidad de Riesgos colaboró en la actualización de los planes de continuidad en la planta Pando, siendo el principal hito cumplido el establecer acuerdos con empresas terceras para la impresión de diarios en posibles situaciones de contingencia. De la misma forma, se realizó la actualización el protocolo de gestión de crisis, dirigiendo los esfuerzos a los aspectos relacionados a incidentes de ciberseguridad.

En el tercer trimestre se monitorearon los aspectos de seguridad de información en los servicios de atención al cliente, venta, cobranzas y retenciones en el call center de Suscripciones; con relación a la identificación de riesgos en los cambios tecnológicos, orientamos esfuerzos en la gestión de riesgos en la implementación del sistema Salesforce; identificamos riesgos y propusimos mejoras en cuanto a la aplicación “chatbot” usado en las promociones de cartillas.

Para abordar el impacto de los cambios organizacionales, en el último trimestre nos enfocamos principalmente en la identificación y tratamiento de los conflictos de segregación de funciones en SAP R3 y SAP Hana, coordinando el retiro de perfiles asignados y la implementación de controles compensatorios para mitigar los riesgos. En lo que respecta a cambios en el ambiente de negocio, el equipo participó en la identificación de riesgos del nuevo esquema de pagos para las promociones del Diario Trome.

Respecto al monitoreo y seguimiento de los riesgos, la Unidad de Riesgos siguió reforzando principalmente el uso del tablero de control de “Riesgos pendientes de mitigación”; que es compartido a cada responsable de las distintas unidades de negocio, para que realicen el seguimiento de los compromisos asumidos para la implementación de los planes de acción.

Cumpliendo el objetivo de reforzar y difundir la cultura de gestión de riesgos en el Grupo El Comercio en todos los niveles, durante el último trimestre del año, se efectuó el lanzamiento del curso de “Fundamentos de Gestión de Riesgos” en Amauta, orientado a tener una mejor comprensión de la metodología para la identificación, evaluación y tratamiento de los riesgos. El resultado mostró un ascenso en cuanto al compromiso del personal, logrando un 91% de cumplimiento del curso y evaluación.

Es importante resaltar que la Gerencia Corporativa de Auditoría y Riesgos tiene el compromiso de informar sobre el avance de los planes anuales de forma bimensual en el Comité de Auditoría y Riesgos y Directorio, así como de comunicar periódicamente los principales riesgos y el cumplimiento de los correspondientes planes acción para mitigarlos.

LEGAL Y CUMPLIMIENTO

En el año 2024, la Gerencia Central Legal y de Cumplimiento brindó soporte integral a las distintas Unidades de Negocio, así como a la gestión corporativa del Grupo. Dichas acciones, incluyeron la gestión de contingencias legales, el acompañamiento a proyectos estratégicos y gestión comercial, asesoría jurídica y participación directa en la gestión corporativa, simplificación societaria, vigilancia del marco regulatorio, la construcción de una cultura de prevención y la adecuación y sensibilización en asuntos normativos. Este último punto estuvo orientado al acompañamiento en las distintas iniciativas de las unidades de negocios, brindando soluciones innovadoras que aseguraron la continuidad de nuestras operaciones, así como diversas capacitaciones y recomendaciones relacionadas al cumplimiento normativo.

En el ámbito contencioso, gestionó 252 procesos judiciales de las empresas del Grupo El Comercio en materia civil, comercial, penal, laboral, y constitucional, generándose ahorros por más de S/ 24 millones esto es, una Tasa de Archivo Favorable (TAF) de más de 92.45%, así como 80 procedimientos administrativos con una TAF de 99.3%.

Los procesos sensibles han sido gestionados de acuerdo al plan, el cual se cumplió al 100%, destacándose como logro la sentencia favorable de segunda instancia en el proceso de amparo por la compra de Grupo Epensa.

Como consecuencia de la gestión judicial y extrajudicial, se logró recuperar la suma de S/ 3.75MM; a lo que se suma las devoluciones fiscales por la suma de S/ 6.07 MM.

Igualmente, la Gerencia Central Legal y de Cumplimiento participó en la revisión, negociación o elaboración de 980 contratos, cumpliendo con los plazos de atención establecidos. Dentro de la gestión contractual destaca la estructuración del reperfilamiento financiero mediante el encapsulamiento de deuda de Empresa Editora El Comercio S.A. ante el Banco Interamericano de Finanzas -BANBIF-, modificando integralmente el Contrato de Fideicomiso suscrito con el Banco Santander Perú S.A. con intervención de Estudios Audiovisuales del Perú S.A.C. quien en calidad de Fideicomitente y Fideicomisario Junior garantizó las deudas de Empresa Editora El Comercio S.A.

Como parte del proceso de simplificación de la estructura societaria del Grupo El Comercio se consiguió la disolución, liquidación y extinción de tres sociedades: (i) Real State Peip N° 1 S.A.C., ii) 4 Kids Corporation S.A.C.; y, (ii) Real State El Comercio S.A.C.

Por el lado de la asesoría tributaria se han levantado reparos por más de S/ 42.87MM, encontrándose en impugnación acotaciones por S/ 22MM.

En relación a materia legislativa, se monitorearon 22 Proyectos de Ley, se emitieron informativos diarios sobre novedades legislativas y 14 alertas legales específicas para adecuación normativa.

Asimismo, desde el área de Legal y de Cumplimiento se continuó con la promoción de la cultura preventiva, implementándose integralmente Programa de Cumplimiento 2024, con la supervisión del Comité de Auditoría y Riesgos. Asimismo, se vienen ejecutando eficiencias que han permitido reducir los gastos legales en 20% respecto al monto presupuestado para el 2024 y 15% respecto al gasto real del 2023.

SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

El Grupo El Comercio, alineado a su propósito, ha implementado una estrategia ESG que busca generar un impacto positivo en el medio ambiente, sociedad, y gobernanza, para todos nuestros grupos de interés.

Esa estrategia se asienta en los siguientes pilares:

Nuestra contribución al país:

Fieles a nuestro propósito de empoderar a las personas para mejorar sus vidas y construir un mundo mejor, durante el año 2024, los medios del Grupo El Comercio realizaron diversas campañas de comunicación en nuestros diarios y la televisión, que contribuyeron al desarrollo social y cívico del país, asi como a promover la capacitación y el crecimiento de la comunidad.

Asimismo, los eventos organizados por El Comercio y Gestión tuvieron como objetivo abrir un espacio de reflexión, diálogo y visión de futuro de nuestro país, así como el fomento del deporte entre los menores de edad.

En el 2024, América TV se encargó de la producción general y la transmisión de la Teletón, nos sentimos orgullosos de ser el único canal comprometido con el apoyo a la labor que realiza la Clínica San Juan de Dios y de haber logrado superar la meta propuesta de recaudación.

Proyección social:

Durante el 2024 nos preocupamos por mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la Asociación Cerro Azul de Villa María del Triunfo, mediante la donación de 15 atrapanieblas y un tanque de 2,500 litros para recolectar agua que les permita cubrir sus necesidades básicas, sin tener que comprarla de camiones cisterna.

Realizamos actividades para fomentar la participación de nuestros colaboradores en actividades de voluntariado que contribuyen al desarrollo de nuestro país. Es así como se llevaron a cabo campañas como “¡Juega por el Perú!”, “Nubes Solidarias” e “Imprimiendo Sonrisas” con la participación entusiasta de nuestros colaboradores.

Asimismo, apoyamos la labor realizada por Aldeas Infantiles y la Teletón para la recaudación de fondos, y renovamos nuestro compromiso por la igualdad de oportunidades.

Nuestra gente:

Durante el 2024 nos preocupamos de que nuestros colaboradores tuvieran un ambiente seguro de trabajo, contando en nuestras plantas con las certificaciones ISO 45001.

Fieles a nuestro compromiso, promovemos en las empresas del Grupo la equidad de género. Es así como el 43.24% de las nuevas contrataciones realizadas durante en el año 2024 fueron mujeres.

Medio ambiente:

Comprometidos con el cuidado del medio ambiente, contamos con diversas certificaciones que aseguran que nuestras plantas cumplen con los estándares internacionales. Asimismo, nos aseguramos de que el papel, principal insumo de prensa, provenga de bosques manejados de manera adecuada y preservando el medio ambiente.

Asimismo, promovimos entre nuestros colaboradores y lectores el reciclaje de papel y cartón y botellas de plástico; lo que además permitió beneficiar a los niños de Aldeas Infantiles SOS.

Integridad:

Desde hace siete años, en el Grupo El Comercio nos hemos dedicado apasionadamente a forjar una identidad empresarial basada en la responsabilidad y la ética.

Hemos implementado un robusto programa de Cumplimiento que incluye: i) código de ética y políticas internas; ii) corrupción y PLAFT; y, iii) cumplimiento normativo.

Producto de esto, durante el 2024 trabajamos en los ejes de cultura, políticas, gestión de riesgos, capacitación, aseguramiento, adecuación normativa, innovación y tecnología, y difusión a nuestros grupos de interés.

A continuación, detallamos las diversas iniciativas que hemos reseñado.

Nuestra contribución al país

1. Campañas Informativas

Campaña para generar conciencia sobre la adopción de niños

En un esfuerzo conjunto para sensibilizar al público sobre la difícil realidad que enfrentan miles de niños en el Perú, América Televisión y El Comercio lanzaron en octubre una campaña para generar conciencia sobre la situación de menores que, tras haber vivido experiencias traumáticas, se encuentran actualmente en centros de acogimiento, privados de un hogar y la figura parental.

La campaña aborda este tema con un enfoque emocional y altamente sensible, apelando a la empatía del público, ofreciendo a los interesados la posibilidad de informarse sobre las vías de adopción y los centros de acogimiento temporal a través del sitio web www.elcomercio.pe/adopciones. De esta manera, América Televisión y El Comercio buscaron fomentar una mayor participación de la sociedad en la mejora de las condiciones de vida de estos niños, con el objetivo de cambiar su historia y darles una oportunidad para un futuro mejor. La campaña fue ampliamente cubierta en las pantallas de America, Canal N, y en El Comercio.

En el reportaje especial "Ni Padres ni hijos: El doloroso proceso de adoptar en Perú" de El Comercio, se expusieron las trabas burocráticas y legales que afectan la adopción de menores en el Perú: el Estado demora entre uno y tres años en declarar a un menor en desprotección, requisito indispensable para su adopción, reduciendo sus posibilidades de encontrar una familia, especialmente para los más pequeños, quienes son los más solicitados.

El trabajo, desarrollado por ECData, Nuevas Narrativas y Video, combinó una investigación rigurosa de datos con un enfoque narrativo dual, mostrando tanto el recorrido de los padres en proceso de adopción como el de los niños en espera. Esta narrativa se complementa con herramientas interactivas que permiten al público explorar ambas perspectivas, humanizando los datos y promoviendo una conexión emocional con la problemática.

A pocas horas de su publicación, el reportaje generó la reacción del Ministerio de la Mujer, que aceleró la declaratoria de adoptabilidad del caso retratado, paralizado por casi dos años. Este hecho demuestra cómo el periodismo puede visibilizar injusticias y provocar cambios concretos.

¿Qué es la violencia obstétrica? Conoce a 'Illa', nuestra chatbot que te escucha

En agosto se publicó en el El Comercio el reportaje que marcó un hito en el periodismo peruano gracias a la introducción de un chatbot generado con Inteligencia Artificial, que permite a los usuarios informarse y empoderarse ante posibles casos de violencia obstétrica, un problema poco conocido y altamente recurrente en el Perú.

Además, el reportaje no solo se limita a contar historias de víctimas, sino que incorpora visualizaciones de datos interactivas para contextualizar la magnitud del problema de violencia

obstétrica en el Perú, así como una integración multimedia que incluye videos educativos, testimonios, y explicaciones del fenómeno. Esta innovación combinó periodismo de datos con tecnología interactiva, lo que permitió llevar el contenido más allá de la narrativa tradicional y adaptarlo a las necesidades del público.

El valor diferencial de 'Illa' está en que no solo difunde información, sino que también orienta a las mujeres en tiempo real sobre sus derechos reproductivos, las formas de identificar violencia obstétrica y cómo actuar ante ella. Este enfoque práctico e interactivo trasciende el modelo convencional de difusión de noticias.

El chatbot es un ejemplo de cómo el periodismo puede ser proactivo y al servicio de la comunidad, al abordar problemas estructurales. En un contexto donde muchas mujeres en el Perú no reconocen haber sido víctimas de violencia obstétrica, 'Illa' actúa como un agente de cambio con impacto potencial, a través de información clave.

La creación de "Illa" refleja una innovación editorial que posiciona el periodismo al servicio de la comunidad. Este proyecto no solo responde a una problemática urgente, sino que también establece un precedente de cómo la tecnología y el periodismo pueden unirse para generar impacto social tangible. El reportaje abre la puerta a un nuevo estándar en el periodismo peruano, demostrando cómo la tecnología puede amplificar la voz de las comunidades vulnerables y redefinir el rol del periodismo como agente de cambio social.

#NoTePases

La campaña #NoTePases de El Comercio inició en el 2018 denunciando el caos vial en Lima y la impunidad de los infractores. Investigó redes de corrupción en licencias, revisiones técnicas y sobornos en el transporte. Expuestos casos emblemáticos como el peor conductor de Lima y el fraude en brevete. Reveló que taxis por app no verificaban conductores y que una empresa de transporte estaba vinculada a narcotráfico. Logró reformas, cierre de centros corruptos y regulación de taxis por app. Solo en un mes publicó 311 notas, 75 videos y creó la mayor base de datos sobre transporte en Lima, transformando el enfoque periodístico del diario.

En los veranos de 2023 y 2024 comenzamos a trabajar contra los invasores de la vía auxiliar de la carretera Panamericana Sur, registrando las infracciones y sancionando de manera efectiva a través del sistema de papeleta ciudadana. Gracias a este mecanismo, logramos multar a más de 500 conductores hasta la fecha, enviando un mensaje claro de que el respeto a las normas de tránsito es fundamental. Dado el éxito de esta iniciativa, implementamos un canal de WhatsApp para que los ciudadanos puedan enviar videos de los infractores, permitiéndonos transformar esas denuncias en multas reales y seguir reforzando el orden en la vía

Pasa en la calle

La campaña Pasa en la calle de El Comercio nació en 2022, en medio de la crisis política del Perú, para visibilizar denuncias ciudadanas ignoradas por los medios. A través de WhatsApp y correo, el diario recibió un promedio de 40 denuncias diarias sobre estafas, ciberdelitos y abusos municipales, difundiéndolas mediante un despliegue transmedia con videos, podcasts y reportajes. Logró 8,2 millones de reproducciones y más de 2 millones de vistas en la web, generando respuestas de autoridades y fiscales.

En 2024, las denuncias se centraron en el déficit de educación y salud, sobre esto último, se atendieron más de 30 casos de pacientes afectados dándole exposición a sus problemas.

Peruanos que suman

El Comercio en alianza con el BCP por segundo año, lanzó la campaña "Peruanos que Suman", con la participación de 13,970 personas que votaron por 9 finalistas, cuyas historias de superación y altruismo dejaron una profunda huella en el público.

El ganador de esta edición fue Rodolfo Ortiz, un inventor de Cajamarca que desarrolló un purificador de agua para beneficiar a las poblaciones rurales. Su historia inspiradora fue celebrada durante una emotiva ceremonia en la histórica sede de El Comercio.

Aprendemos juntos 2030

En agosto América TV, en alianza con BBVA Perú estrenó "Aprendemos juntos 2030", una plataforma educativa que busca compartir contenidos útiles e inspiradores a través de videos donde participan destacados personajes de los sectores educación, cultura, ciencia, entre otros, que tienen como objetivo desafiar y superar prejuicios, para construir una sociedad más inclusiva y respetuosa.

Puedes encontrar más sobre esta iniciativa en el siguiente canal de Youtube y por América TVGO. Por su parte, todos los sábados, el programa Cinescape le dedicó un segmento especial en su transmisión.

Audiencias Vecinales

Durante el 2024, dimos continuidad al programa de Audiencias Vecinales, cuyo objetivo ha sido promover el periodismo, abordando los problemas más relevantes de la sociedad, a través de un espacio abierto para la participación de la comunidad. Ventanilla fue el primer distrito en ser parte de esta iniciativa, y a lo largo de los siguientes meses, extendimos nuestras audiencias a diversas zonas de Lima Norte, Callao y Lima Sur, reafirmando nuestro compromiso con la cercanía y el diálogo con los ciudadanos.

Las audiencias, que fueron lideradas por el Director Periodístico de El Comercio, se desarrollaron en talleres y cabildos abiertos, dando voz a más de 2,000 vecinos que compartieron sus inquietudes, propuestas y experiencias. En total, El Comercio estuvo presente en 12 distritos de Lima, consolidándose como una verdadera plataforma de encuentro, debate y seguimiento de compromisos.

Corresponsales Escolares

El programa Corresponsales Escolares, una de las iniciativas emblemáticas de El Comercio. Gracias a la alianza con UNICEF y el auspicio de Movistar, a lo largo de estos años, ha capacitado a más de 2,700 estudiantes en el arte del periodismo.

En el 2024, el programa reunió a 195 estudiantes de colegios privados y públicos de 13 provincias del Perú, con el apoyo de más de 30 periodistas mentores, desarrollaron habilidades de comunicación y pensamiento crítico. Este proyecto busca no solo enseñarles el oficio del periodismo, sino también empoderarlos para alzar la voz y abordar los hechos que impactan su entorno.

Este año el programa incluyó la creación de comisiones para generar un archivo fotográfico de los niños, así como la publicación de reels en los que los corresponsales escolares promocionan sus notas. Se aumentó el número de notas de corresponsales escolares que incluyen videos y se publicaron los primeros fotorreportajes, que incluyeron cobertura en calle con periodistas.

Voz Universitaria

El espacio Voz Universitaria de El Comercio celebró en el 2024 su primer aniversario, consolidándose como una plataforma clave para la expresión de estudiantes universitarios peruanos. Desde su creación, este espacio ha logrado publicar más de 300 textos escritos por más de 100 jóvenes provenientes de diversas universidades del país y del mundo. Esto refleja su compromiso con la promoción del pensamiento crítico y la diversidad de ideas en el ámbito académico.

Voz Universitaria incluyó este año una promoción por TikTok que incentivó a decenas de nuevos estudiantes a participar para abordar temas de interés nacional e internacional desde una perspectiva fresca y juvenil. Este esfuerzo no solo fomenta el desarrollo intelectual de los

participantes, sino que también contribuye a enriquecer el debate público en el Perú. La iniciativa ha demostrado ser un puente efectivo entre las universidades y los lectores, permitiendo que las voces emergentes encuentren un espacio para ser escuchadas y valoradas en un medio de gran alcance como El Comercio.

Desde la cúpula: propuestas para el desarrollo del país

En julio, El Comercio relanzó este espacio tradicional de diálogo para convocar a especialistas y autoridades para rescatar propuestas para los principales problemas que afronta el país. Se realizaron 10 mesas temáticas donde se abordaron temas como la extorsión, el puerto de Chancay, la nueva Ley Agraria, tecnología educativa, entre otros.

Diálogos

El equipo editorial de Gestión lanzó el conversatorio **"**Diálogos", un espacio que se transmite por nuestras redes sociales y donde expertos de diferentes sectores aportan sus puntos de vista sobre temas de actualidad. Este producto se consolidó como una plataforma de conversación, logrando 4 auspiciadores que confiaron en su relevancia y alcance.

Con “Diálogos” Gestión busca abordar una problemática específica de un sector empresarial y analizarlo en todos sus ángulos a partir de la visión de los diferentes actores del mercado. Lo interesante de este producto editorial es que hemos podido sumar como aliado estratégico a la academia, con la participación de diferentes universidades de prestigio.

Despega con Trome

En enero de 2024, Trome y Zegel, institución educativa que pertenece al grupo Intercorp, lanzaron una campaña educativa llamada "Despega con Trome". Esta iniciativa tuvo como objetivo brindar a los emprendedores una valiosa oportunidad de capacitación para llevar sus negocios y emprendimientos al siguiente nivel. Los cursos, presentados de manera práctica, se habilitaron semanalmente y abarcaron temas clave como emprendimiento para los negocios, storytelling, innovación empresarial, financiamiento para emprendedores, marketing de servicios, community manager, branding, inteligencia emocional y liderazgo.

La dinámica de esta alianza permitió que la amplia audiencia de Trome disfrute de estos beneficios educativos inscribiéndose de forma gratuita en la plataforma de Zegel. Los cursos ofrecieron la flexibilidad para que cada participante estudie a su propio ritmo y sobre todo la posibilidad de obtener un certificado de reconocimiento a nombre de Zegel y Trome.

En poco tiempo, "Despega con Trome" se convirtió en un rotundo éxito, atrayendo a más de 4 mil emprendedores que aprovecharon los cursos gratuitos ofrecidos por Trome y Zegel.

Esta iniciativa estuvo vigente hasta mediados del mes de marzo demuestra el compromiso de Trome con un país lleno de emprendedores resilientes, capaces de enfrentar crisis y superar obstáculos con sacrificio, creatividad y esfuerzo.

Ollas que desarrollan

En 2024 el programa ‘Ollas que desarrollan’, iniciativa de Alicorp, contó nuevamente con el respaldo de Trome a través de su multiplataforma, lo que permitió generar un alto nivel de engagement y educación en las comunidades que requieren asistencia social.

A través de Trome, se buscó informar sobre esta valiosa iniciativa, enfocándose en las zonas afectadas por la emergencia alimentaria y la pobreza en todo el país.

Entre las acciones destacadas de comunicación se resalta la profesionalización de las mujeres en áreas claves como finanzas, contabilidad, nutrición, salud e higiene.

Trome, mediante la información brindada, jugó un papel fundamental en la difusión e impacto de estas iniciativas, contribuyendo al empoderamiento de mujeres emprendedoras y a fomentar el desarrollo personal y profesional en sus comunidades.

La difusión fue en a través del print y redes sociales, especialmente TikTok.

Medicamentos Genéricos Intercambiables

Por segundo año consecutivo, Trome en colaboración con la Asociación Nacional de Boticas, desarrolló una estrategia de comunicación enfocada en la educación sobre la importancia de los medicamentos genéricos intercambiables.

Esta iniciativa no solo busca informar al ciudadano común, sino que también pretende concienciar a las autoridades sobre las necesidades de ampliar la oferta de estos medicamentos. Trome se posicionó como el abanderado de esta comunicación, utilizando sus diversas plataformas: versión impresa, digital y redes sociales.

En esta ocasión, se incluyó un consultorio médico en vivo, aprovechando el alcance de la cuenta de TikTok. Esto permitió a los ciudadanos realizar consultas y recibir respuestas de especialistas, resolviendo dudas y mejorando el acceso a información crucial para la salud de la población.

2. Eventos

Dia1Summit

Con ocasión del vigésimo aniversario de Día1, el 30 de mayo se realizó la primera edición de Dia1Summit 2024, un espacio de reflexión, diálogo y visión de futuro que contó con ponentes locales e internacionales, que tocaron temas político - económicos, como Julio Velarde, Felipe Ortiz de Zevallos, Daniel Zovatto, entre otros.

El evento contó con más de 300 asistentes, entre ejecutivos y ejecutivas, autoridades y lectores, y tuvo una cobertura multiplataforma en redes sociales, Print, Digital, incluyendo dos bloques en vivo en la web de El Comercio y en Youtube.

El evento fue el fruto del trabajo en equipo de redacción de El Comercio y Dia1 que armaron y diseñaron una agenda de primer nivel y el equipo de Eventos que coordinó los detalles para poder hacer realidad el Summit.

Semilleros Deportivos

Los Semilleros de El Comercio nacieron hace más de 30 años y a lo largo de este tiempo han ayudado a la promoción de jóvenes valores del fútbol, extendiéndose luego su desarrollo a otras disciplinas deportivas como el básquet, vóley, atletismo e, incluso, el ajedrez.

En el 2024 de la mano de socios estratégicos como Igma Sports, El Comercio retomó este tradicional torneo de menores, realizando en febrero Copa Juvenil Mitsubishi Asia 2024 y en octubre la primera edición del Semillero Repsol Fútbol Femenino.

La Copa Juvenil Mitsubishi Asia 2024, contó con 384 participantes organizados en 32 equipos en dos categorías, masculino y femenino, que disputaron sus partidos de fases de grupo los tres primeros fines de semana de febrero y fueron transmitidos en todas las plataformas de El Comercio y Deporte Total.

Playa del Golf logró hacerse con el título de la categoría 2009/2010 en la Copa Juvenil Mitsubishi Asia 2024 tras vencer por 5-1 a Playa Blanca.

El 26 de octubre se inauguró la primera edición del Semillero Repsol Fútbol Femenino, para promover e impulsar la cultura deportiva entre niñas y adolescentes de 10 a 13 años a través de la disciplina del fútbol.

En esta primera edición del Semillero de fútbol femenino Sub-13 participaron 12 equipos, siendo campeonas del torneo las chicas de AS Tingo, equipo proveniente de Tingo María, Huánuco.

Gestión Responsable

En línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, organizamos el evento "Gestión Responsable". En este evento planteamos las siguientes interrogantes: ¿Qué estrategias están impulsando un futuro más sostenible y competitivo? ¿Cómo están evolucionando la innovación empresarial y la inteligencia artificial en el mundo corporativo? ¿Cuáles son los desafíos clave en la transición energética?

Durante Gestión Responsable abordamos tres mesas de análisis donde se discutieron los principales retos empresariales en la implementación de protocolos que garanticen la sostenibilidad de sus firmas, la necesidad de seguir invirtiendo en innovación y tecnología como motor para el desarrollo y todo lo que implica la transición energética para las empresas peruanas.

Este evento convocó a 180 asistentes y destacó la importancia de la gestión responsable en el ámbito empresarial, generando un valioso espacio para el intercambio de conocimientos y experiencias.

Perspectivas

Después de siete años, Gestión logró reunir nuevamente a los principales líderes empresariales y representantes de entidades clave para analizar la coyuntura económica actual y las proyecciones para el futuro. Perspectivas 2025 contó con cuatro mesas de análisis para la toma de decisiones: perspectiva económica, financiera, tendencias de consumo y un panel especial sobre infraestructura turística.

En este evento contamos con la participación del ministro de Economía y Finanzas, José Arista, un representante del Banco Central de Reserva entre otros importantes ponentes que nos dieron sus perspectivas del mercado.

Perspectivas 2025 contó con la participación de 219 asistentes, de los cuales 93 adquirieron entradas anticipadas. Además, contamos con la colaboración de más de 12 patrocinadores, lo que permitió consolidarnos como un medio comprometido con el análisis económico.

3. Apoyo a iniciativas

Teletón

En el 2024, América Televisión asumió el compromiso de realizar la Teletón 2024, evento benéfico cuyo objetivo es recaudar fondos para la rehabilitación de niños y jóvenes con discapacidad y que son atendidos en la Clínica San Juan de Dios, convirtiéndose así en el único canal encargado de la producción y transmisión de este evento solidario desde los estudios de Pachacámac.

“Teletón Nos Une”, la fiesta de la solidaridad se realizó el 13 y 14 de setiembre, contando con una maratónica programación que reunió entretenimiento, gastronomía, música y conmovedoras historias de vida, además de la presencia de grandes conductores como: La Chola Chabuca, Cristian Rivero, Verónica Linares, Rebeca Escribens y Laura Huarcayo.

La jornada fue un rotundo éxito, superando la meta de recaudación propuesta.

Premios Líderes Empresariales del Cambio - LEC

El Premio LEC - Líderes Empresariales del Cambio - es una iniciativa de EY, El Comercio y Asbanc - que busca reconocer a quienes, con compromiso, inversión e innovación, están aportando de manera significativa al crecimiento del país.

El Comercio se unió a esta iniciativa desde el 2014, con el objetivo de exponer a sus lectores las buenas prácticas de ciudadanos peruanos y promover iniciativas que generen bienestar en el país, contribuyendo a rescatar la imagen del empresario que hace patria, que invierte, arriesga e innova a nivel nacional.

En el mes de marzo se realizó la gala de los premios "Líderes Empresariales del Cambio – LEC" donde se premió a 18 empresarios que lideran 16 empresas que en su conjunto generan más de 7 mil puestos de trabajo, se desempeñan en 8 sectores económicos y exportan a 5 países en 5 continentes.

Proyección social

1. ¡Juega por el Perú!

En julio 2024, por quinto año consecutivo se realizó la campaña "Juega por el Perú" con la finalidad de promover iniciativas que ayuden a modernizar nuestro país mediante un impacto sostenible en el tiempo en las diferentes comunidades, con el fin de hacer un Perú más inclusivo y solidario.

Las iniciativas ganadoras fueron las siguientes:

- El primer premio (S/ 5,000) fue para el equipo "Misión Servir" con la iniciativa "Proyecto de Implementación de Necesidades Básicas y Fisioterapia en el Adulto Mayor - Hogar Virgen del Carmen" para el mejoramiento de condiciones básicas de infraestructura e implementación de un espacio para terapia física para los adultos mayores. La iniciativa, que benefició a 35 adultos mayores, se llevó a cabo entre los meses de setiembre y noviembre.

- El segundo premio (S/ 3,000) fue para el equipo "Autonomía y Sostenibilidad Comunitaria" con la iniciativa "Autonomía y Sostenibilidad: Empoderando una comunidad con recursos propios" para el desarrollo de un huerto orgánico comunitario y la capacitación en la producción de jabones ecológicos a partir de aceites de cocina reciclados. Esta iniciativa, que benefició a 20 mujeres encargadas de la Olla Común Esperanza ubicada en Mz. H, Lote 2, Agrupación Pobladores 7 de Enero, San Juan de Miraflores, se realizó el 28 de setiembre.

2. Nubes Solidarias y donación de atrapanieblas

En Grupo El Comercio estamos comprometidos con el desarrollo de nuestro país y creemos que el agua es un recurso al que todos los peruanos deberían tener acceso.

En octubre 2024, nos sumamos a la labor que realiza la ONG Movimiento Peruanos sin Agua, donando 15 atrapanieblas y un tanque de 2.500 litros para mejorar las condiciones de vida de 73 familias de la Asociación Cerro Azul de Villa María del Triunfo. Los atrapanieblas inaugurados el 3 de noviembre, permiten captar el agua de la neblina que cubre los cerros de la zona, para transformarla en agua que las familias usarán para cubrir sus necesidades básicas, sin tener que depender de camiones cisterna para comprarla.

Asimismo, a través de la campaña interna "Nubes Solidarias" nuestros colaboradores realizaron actividades de recaudación de fondos para la instalación de atrapanieblas adicionales a los donados por la empresa.

3. Campaña Imprimiendo Sonrisas

El 14 de diciembre, el aporte voluntario de los colaboradores hizo posible realizar un desayuno navideño para los 62 niños y adolescentes de la Casa Hogar Juan Pablo Magno, que fue amenizado por colaboradores de planta Pando con un divertido show y juegos en los que los niños participaron, en el que además se entregaron regalos a los niños, así como productos de primera necesidad.

4. Apoyo a la recaudación de fondos de Aldeas Infantiles y Teletón

Durante el año 2024 apoyamos, a través del Club de Suscriptores y publicación de notas periodísticas, las diversas iniciativas para la recaudación de fondos de Aldeas Infantiles SOS Perú, tales como la cena subasta solidaria "Gala de Estrellas Solidarias 2024", la carrera "Corriendo por una Infancia Feliz", y la venta de panetones de Aldeas Infantiles.

Asimismo, nuestros colaboradores participaron en la grabación de un video para promover la participación de la comunidad en la Teletón 2024.

5. Renovamos nuestro compromiso por la igualdad

En marzo del 2024 a través de nuestros diarios y un video con la participación de nuestras colaboradoras, reafirmamos nuestro compromiso de promover la igualdad de oportunidades, informando sobre los logros alcanzados, los desafíos que aún enfrentamos y la importancia de promover la equidad de género en todos los aspectos de nuestras vidas.

6. Pro Bono Legal

En el ámbito de responsabilidad social, la Gerencia Central Legal y Cumplimiento promovió la campaña de "Pro-Bono - Consultoría legal para colaboradores", la cual consistió en asesoría legal gratuita en beneficio de los colaboradores del Grupo El Comercio por parte de los abogados que forman parte de la gerencia.

El año 2024 se brindó asesoría a 27 colaboradores de las sedes Amauta, Pando y La Victoria, lo que comprendió 15 horas efectivas de asesoría.

Compromiso con nuestro equipo

1. Género y Diversidad

El Grupo El Comercio promueve la equidad de género, es así que el 43.24% de las nuevas contrataciones realizadas durante en el año 2024 fueron mujeres.

Las mujeres representan en 52.24% de personal en las áreas de Negocio y Soporte y el 34.06% en la Redacción.

Durante el año 2024, el 40.91% de los colaboradores que ingresaron a trabajar al Grupo son adultos jóvenes de entre 24 y 30 años, y el 21.59% son jóvenes menores de 24 años.

2. Salud y Seguridad Ocupacional

Las sedes de Empresa Editora El Comercio S.A. son un ejemplo del compromiso y rigurosidad en las medidas que se han definido para cuidar la integridad de todos nuestros colaboradores, durante el año 2024 se tuvo 1 accidente de trabajo de la sede Santa Catalina y en nuestras plantas cerramos el año con los siguientes resultados:

- Planta Arequipa: 1,036 días sin accidentes de trabajo
- Planta Chiclayo: 1,962 días sin accidentes de trabajo
- Planta Pando: 327 días sin accidentes de trabajo

Durante el 2024, Amauta Impresiones Comerciales S.A.C registró cuatro accidentes incapacitantes, cerrando el año con 25 días sin accidente de trabajo.

3. Certificación ISO 45001

Actualmente Empresa Editora El Comercio S.A. en sus plantas de Pando, Chiclayo y Arequipa cuenta con la certificación de seguridad y salud en el trabajo ISO 45001 la cual fue obtenida en

setiembre del 2021, habiendo pasado la auditoria de seguimiento en el mes de setiembre del 2023 con éxito y con ninguna observación.

Amauta Impresiones Comerciales S.A.C. paso satisfactoriamente su auditoria de seguimiento en base a la norma ISO 45001 en octubre del 2024, actualmente se viene preparando para cursar la auditoria de recertificación que se realizará en marzo del 2025.

Con esta certificación las empresas aseguran el cuidado, protección y prevención constante de accidentes, incidentes y enfermedades laborales de los trabajadores, proveedores, contratistas y visitantes, promoviendo el trabajo seguro.

4. **Auditoría ILS (Estándares Laborales Internacionales)**

En octubre 2024, Amauta Impresiones Comerciales S.A.C, cursó satisfactoriamente la certificación ILS (Disney), esta cuyo objetivo es garantizar un ambiente de trabajo seguro, inclusivo y respetuoso, manteniendo el cumplimento de las normas laborales y ambientales, fomentando también la mejora continua de los procesos cumpliendo con los estándares.

Medio Ambiente

1. Insumos y Medio Ambiente

Durante el 2024 se continuó trabajando en medidas preventivas y de control con la finalidad de cumplir con el compromiso del uso racional de los recursos naturales, así como la prevención de la contaminación.

Es importante resalta que todos nuestros proveedores de papel para la impresión de diarios cuentan con certificaciones que garantizan que el papel proviene de bosques sostenibles.

2. Ratio de eficiencia de consumo de papel en plantas

El ratio de eficiencia en el uso del papel periódico en la Planta Pando se mantuvo en promedio en 96.72%, similar al año 2023. En la Planta Chiclayo, el ratio promedio mejoró respecto al 2023, cerrando el año con 94.88%.

En la Planta Arequipa el ratio promedio fue de 88.37%.

3. Consumo de agua y energía eléctrica

El consumo de m3 de agua en nuestras Plantas se incrementó en 4.49% y el consumo de energía eléctrica en KwH se incrementó en un 10.43% respecto al año 2023.

4. Residuos peligrosos

Todos los efluentes y Residuos peligrosos de los procesos de producción son recolectados y dispuestos con una empresa operadora de residuos sólidos (EO-RS) debidamente inscrita en Ministerio del Ambiente contando con todos los permisos necesarios para la disposición final de estos efluentes y residuos a un relleno sanitario con el tratamiento que corresponde según normativa legal.

5. Estudio para medir el ruido ambiental

Anualmente se realizan monitoreos ambientales para medir el ruido ambiental, de acuerdo con los compromisos del estudio ambiental aprobado por PRODUCE desde el año 2019.

Los resultados indican que se cumple con estar dentro de lo establecido por norma, según la zonificación en las que se encuentran nuestras plantas de producción:

Planta Arequipa

RESULTADOS DE MONITOREO DE RUIDO AMBIENTAL (HORARIO DIURNO)					
ESTACIÓN	FECHA DE MEDICIÓN	HORA DE INICIO DE LA MEDICIÓN	RESULTADOS (expresados en dBA [1])		
			LA_{Min} [2]	$LA_{Máx}$ [3]	$LA_{eq}T$ [4]
MR-01	03/10/2024	08:00 horas	52,90	81,70	**67,00**
MR-02	03/10/2024	08:20 horas	50,80	83,00	**64,20**
MR-03	03/10/2024	08:40 horas	42,00	61,90	**55,60**
MR-04	03/10/2024	09:00 horas	40,80	61,70	**53,30**
			Estándar Nacional		**70** [5]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Diurno, Zona de Aplicación: Zona Comercial

RESULTADOS DE MONITOREO DE RUIDO AMBIENTAL (HORARIO NOCTURNO)					
ESTACIÓN	FECHA DE MEDICIÓN	HORA DE INICIO DE LA MEDICIÓN	RESULTADOS (expresados en dBA [1])		
			LA_{Min} [2]	$LA_{Máx}$ [3]	$LA_{eq}T$ [4]
MR-01	03/10/2024	05:30 horas	43,60	73,00	**56,80**
MR-02	03/10/2024	05:50 horas	45,00	76,50	**57,40**
MR-03	03/10/2024	06:10 horas	41,80	58,80	**48,60**
MR-04	03/10/2024	06:30 horas	39,80	60,20	**47,70**
			Estándar Nacional		**60** [5]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Nocturno, Zona de Aplicación: Zona Comercial

Planta Chiclayo

RESULTADOS DEL MONITOREO DE RUIDO AMBIENTAL (HORARIO DIURNO) (EXPRESADOS EN dBA [1])				
ESTACIÓN	MR-01	MR-02	MR-03	MR-04
FECHA DE MEDICIÓN	28/10/2024	28/10/2024	28/10/2024	28/10/2024
HORA INICIAL DE MEDICIÓN	17:05 horas	17:25 horas	17:45 horas	18:05 horas
LA_{Min} [2]	61,70	59,20	59,10	49,20
$LA_{Máx}$ [3]	98,00	96,90	93,10	84,40
$LA_{eq}T$ [4]	**73,20**	**74,00**	**73,10**	**57,40**
ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL	**70** [5]			**60** [6]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Diurno, Zona de Aplicación: Zonificación Comercial.
(6) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Diurno, Zona de Aplicación: Zonificación Residencial.

RESULTADOS DEL MONITOREO DE RUIDO AMBIENTAL (HORARIO NOCTURNO) (EXPRESADOS EN dBA [1])				
ESTACIÓN DE MONITOREO	MR-01	MR-02	MR-03	MR-04
FECHA DE MEDICIÓN	28/10/2024	28/10/2024	28/10/2024	28/10/2024
HORA INICIAL DE MEDICIÓN	23:20 horas	23:00 horas	22:40 horas	22:20 horas
LA_{Min} [2]	63,10	60,10	58,50	44,40
$LA_{Máx}$ [3]	91,10	89,60	86,20	89,90
$LA_{eq}T$ [4]	**73,70**	**74,40**	**71,90**	**63,30**
ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL	**60** [5]			**50** [6]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Nocturno, Zona de Aplicación: Zona Comercial
(6) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Nocturno, Zona de Aplicación: Zonificación Residencial.

Planta Pando

RESULTADOS DE MONITOREO DE NIVELES DE PRESIÓN SONORA (HORARIO DIURNO)					
ESTACIÓN	FECHA DE MEDICIÓN	HORA DE INICIO DE LA MEDICIÓN	RESULTADOS (expresados en dBA [1])		
			LA_{Min} [2]	$LA_{Máx}$ [3]	$LA_{eq}T$ [4]
RA-01	29/08/2024	**11:20 horas**	43,90	79,20	**64,60**
RA-02	29/08/2024	**11:40 horas**	54,30	79,60	**65,70**
RA-03	29/08/2024	**12:10 horas**	55,60	89,50	**73,30**
RA-04	29/08/2024	**11:00 horas**	56,80	86,90	**72,20**
			Estándar de Calidad Ambiental		**80** [5]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N°085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Diurno, Zona de Aplicación: Zona Industrial

RESULTADOS DE MONITOREO DE NIVELES DE PRESIÓN SONORA (HORARIO NOCTURNO)					
ESTACIÓN	FECHA DE MEDICIÓN	HORA DE INICIO DE LA MEDICIÓN	RESULTADOS (expresados en dBA [1])		
			LA_{Min} [2]	$LA_{Máx}$ [3]	$LA_{eq}T$ [4]
RA-01	28/08/2024	**23:05 horas**	45,30	82,60	**61,20**
RA-02	28/08/2024	**23:25 horas**	51,90	88,80	**68,20**
RA-03	28/08/2024	**23:45 horas**	52,40	83,10	**64,80**
RA-04	29/08/2024	**00:05 horas**	44,60	80,20	**64,60**
			Estándar de Calidad Ambiental		**70** [5]

(1) Decibeles en escala de ponderación "A".
(2) Nivel de Presión Sonora Mínima en escala de ponderación "A".
(3) Nivel de Presión Sonora Máxima en escala de ponderación "A".
(4) Nivel de Presión Sonora Equivalente en escala de ponderación "A".
(5) Según D.S. N° 085-2003-PCM Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido Nocturno, Zona de Aplicación: Zona Industrial

6. Estudio Ambiental para medir calidad del aire

Dos veces al año la empresa realiza un monitoreo ambiental para medir la calidad del aire, de acuerdo con el estudio ambiental aprobado por PRODUCE en el año 2019.

Los resultados del último informe realizado en el 2024 indican que en todas nuestras plantas cumplimos con los límites establecidos:

Planta Arequipa

RESULTADOS DEL MONITOREO DE CALIDAD DEL AIRE				
PARÁMETROS	PERIODO DEL MONITOREO	VALORES DETERMINADOS DURANTE EL MONITOREO		ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL (1)
		MA-01 Barlovento	MA-02 Sotavento	
Material Particulado (PM_{10})	02-03/10/2024	37,12µg/m³	39,37 µg/m³	**100 µg/m³**
Dióxido de Azufre (SO_2)	02-03/10/2024	<13,00 µg/m³ (2)	<13,00 µg/m³ (2)	**250 µg/m³**
Dióxido de Nitrógeno (NO_2)	02/102024	<71,81 µg/m³ (2)	<71,81 µg/m³ (2)	**200 µg/m³**
Monóxido de Carbono (CO)	02/102024	<1 250 µg/m³ (2)	<1 250 µg/m³ (2)	**10 000 µg/m³**
Benceno (C_6H_6)	02-03/10/2024	<0,387 µg/m³ (2)	<0,387 µg/m³ (2)	**2 µg/m³**

(1) Según D.S. N°003-2017-MINAM – Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental del Aire:
-Estándar Nacional para PM_{10} para un periodo de 24 horas (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional para SO_2 para un periodo de 24 horas (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional para NO_2 para un periodo de 01 hora (No exceder más de 24 veces al año).
-Estándar Nacional para CO para un periodo de 08 horas.
-Estándar Nacional de C_6H_6 Media aritmética anual.
(2) Menor a Límite Cuantificación según método de ensayo.

Planta Chiclayo

RESULTADOS DEL MONITOREO DE CALIDAD DEL AIRE				
PARÁMETROS	FECHA DE MONITOREO	VALORES DETERMINADOS DURANTE EL MONITOREO		ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL (1)
		MA-01 (Barlovento)	MA-02 (Sotavento)	
Material Particulado (PM_{10})	28-29/10/2024	22,62 µg/m³	26,36 µg/m³	**100 µg/m³**
Dióxido de Azufre (SO_2)	28-29/10/2024	<13,00 µg/m³ (2)	<13,00 µg/m³ (2)	**250 µg/m³**
Dióxido de Nitrógeno (NO_2)	29/10/2024	<71,81 µg/m³ (2)	<71,81 µg/m³ (2)	**200 µg/m³**
Monóxido de Carbono (CO)	28/10/2024	<1 250,0 µg/m³ (2)	<1 250,0 µg/m³ (2)	**10 000 µg/m³**
Benceno (C_6H_6)	28-29/10/2024	<0,387 µg/m³ (2)	<0,387 µg/m³ (2)	**2 µg/m³**

(1) Según D.S. N°003-2017-MINAM – Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental del Aire:
-Estándar Nacional de PM_{10} para un periodo de 24 horas (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional de SO_2 para un periodo de 24 horas (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional de NO_2 para un periodo de 01 hora (No exceder más de 24 veces al año).
-Estándar Nacional de CO para un periodo de 08 horas.
-Estándar Nacional de C_6H_6 para un valor anual.
(2) Menor al Límite de Cuantificación según Método de Ensayo.

Planta Pando

RESULTADOS DEL MONITOREO DE CALIDAD DEL AIRE				
PARÁMETROS	PERIODO DEL MONITOREO	ESTACIONES DE MONITOREO		ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL(1)
		CA-01 (Barlovento)	CA-02 (Sotavento)	
PM_{10}	28-29/08/2024	22,70 µg/m³	30,19 µg/m³	**100 µg/m³**
SO_2	28-29/08/2024	<13,00 µg/m³ (2)	<13,00 µg/m³ (2)	**250 µg/m³**
NO_2	28/08/2024	<71,81 µg/m³ (2)	<71,81 µg/m³ (2)	**200 µg/m³**
CO	28/08/2024	<1 250 µg/m³ (2)	<1 250 µg/m³ (2)	**10 000 µg/m³**
Benceno (C_6H_6)	28-29/08/2024	<0,387 µg/m³ (2)	<0,387 µg/m³ (2)	**2 µg/m³**

(1) Según D.S. N°003-2017-MINAM. - Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental del Aire:
-Estándar Nacional de PM_{10} para un periodo de 24 horas (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional de SO_2 para un periodo de 01 hora (No exceder más de 7 veces al año).
-Estándar Nacional de NO_2 para un periodo de 01 hora (No exceder más de 24 veces al año).
-Estándar Nacional de CO para un periodo de 08 horas.
-Estándar Nacional de Benceno (C_6H_6).
(2) Menor al límite de cuantificación según método de análisis.

Planta Amauta Impresiones

RESULTADOS DEL MONITOREO DE CALIDAD DEL AIRE				
PARÁMETROS	FECHA DEL MONITOREO	VALORES DETERMINADOS DURANTE EL MONITOREO		VALOR DEL ESTÁNDAR DE CALIDAD AMBIENTAL(1)
		CA-1 (Barlovento)	CA-2 (Sotavento)	
COV (Benceno)	14-09-2023	<1,550	<1,550	**2 µg/m³**

(1) Según D.S. N°003-2017-MINAM. - Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental del Aire:
-Estándar Nacional de Benceno (C_6H_6).
(2) Menor al Límite de Detección según Método de Análisis.

7. BRCGS Packaging Materials

En noviembre del 2023, Amauta Impresiones Comerciales S.A.C. cursó una auditoría inopinada manteniendo la recertificación de la norma BRCGS Packaging Materials versión 6 con la calificación AA+. Durante el año 2024 la empresa se preparó para la siguiente auditoría para la recertificación anunciada para enero 2025

A través de esta certificación Amauta garantiza la seguridad, legalidad y calidad alimentaria de sus productos, demostrando la higiene e inocuidad de los procesos como proveedores de etiquetas, empaques y vasos para el segmento alimentario, cumpliendo así los estándares de las principales corporaciones nacionales y transnacionales del sector.

8. Certificaciones de Cadena de Custodia PEFC y FSC

En diciembre del 2024, Amauta Impresiones Comerciales S.A.C. curso su auditoria de cadena de custodia PEFC y FSC cumpliendo con todo lo estipulado en ambas normas, obtuvo la recertificación, con ello demostramos que amauta utiliza materia prima que proviene de bosques que son controlados, asegurando así la preservación de los recursos naturales.

La Cadena de Custodia de PEFC y FSC, forma parte importante y fundamental de la Certificación Forestal Voluntaria, ya que evalúa los procedimientos y sistemas de control de las empresas de transformación primaria y/o secundaria de insumos provenientes del bosque, de modo que garantiza que la materia prima contenida en el producto final sea realmente de un “Bosque Certificado”.

Este principio se basa en que los recursos provengan de bosques manejados de manera adecuada y preservando el medio ambiente; basados en normas y estándares internacionales, los que definen ante el consumidor la información y el significado de la certificación y el rotulado.

9. Certificación ambiental ISO 14001:2015 y ISO45001

Empresa Editora El Comercio S.A. cuenta desde diciembre del 2010 con la certificación ambiental ISO 14001:2015.

En las plantas de Empresa Editora el Comercio S.A. logramos la aprobación de los estudios ambientales de nuestras plantas de Pando, Chiclayo y Arequipa en el año 2019 y a la fecha seguimos cumpliendo con la realización y presentación de informes a la OEFA semestralmente.

Actualmente se continua con la certificación ISO 14001 habiendo pasado la auditoria de seguimiento en el mes de setiembre del 2024 con éxito.

Todos estos compromisos ambientales asumidos nos permiten como empresa ser responsables y seguir mitigando, controlando y eliminando los posibles impactos que nuestros procesos podrían causar al medio ambiente.

Amauta Impresiones Comerciales S.A.C., paso satisfactoriamente su auditoria de seguimiento en base a la norma ISO 14001, actualmente se viene preparando para cursar la auditoria de recertificación que se realizará en marzo del 2025.

Se sigue cumpliendo con los estudios ambientales, a la fecha se mantienen ejecutando los monitoreos ambientales de manera semestral y anual cuyos resultados son reportados por medio de la plataforma de OEFA.

10. Certificación ISO 9001:2015

Amauta Impresiones Comerciales S.A.C. paso satisfactoriamente su auditoria de seguimiento en base a la norma ISO 9001:2015 en octubre del 2024, actualmente se viene preparando para cursar la auditoria de recertificación que se realizará en marzo del 2025.

Al contar con la certificación ISO 9001, Amauta asegura que sus productos y procesos cumplan con los requisitos legales y de calidad solicitados por los clientes, garantizando así también la mejora continua de la empresa.

11. Programa de Reciclaje Aldeas Infantiles

Desde octubre del 2018 Empresa Editora El Comercio S.A. se sumó a una iniciativa privada para el reciclaje de papel y cartón en beneficio de los niños de Aldeas Infantiles SOS. La campaña "Recíclame, cumple tu papel", que busca garantizar más de 5,000 becas de alimentación para los niños de Aldeas Infantiles SOS, aborda tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por la ONU: Hambre cero, Acción por el clima y Vida de ecosistemas terrestres.

En diciembre 2023, nos sumamos al reciclaje de plásticos de Aldeas Infantiles colocando contenedores para botellas plásticas en nuestras sedes.

Integridad

Durante los últimos siete años, en el Grupo El Comercio nos hemos dedicado apasionadamente a forjar una identidad empresarial basada en la responsabilidad y la ética. Para nosotros, la ética no es simplemente una norma que cumplir, sino un pilar fundamental que define quiénes somos como organización. Reconocemos que, la integridad no solo protege nuestros activos financieros, sino que también enriquece nuestra reputación, nuestro activo más valioso. Es por ello que hemos dedicado un esfuerzo incansable a cultivar una cultura ética arraigada en el ADN de nuestra organización, a través de la implementación de un Modelo de Prevención que abarca tres ámbitos:

- Código de Ética y Políticas Internas
- Sistema de Gestión Antisoborno y PLAFT;
- Cumplimiento Normativo

A lo largo de estos años, hemos centrado nuestra atención en la mejora continua, la adopción de las mejores prácticas del mercado y la optimización de nuestros procesos. Nuestro Programa de Cumplimiento 2024 se basó en ocho pilares fundamentales, diseñados para garantizar una actuación ética e íntegra por parte de todos nuestros colaboradores.

El primer pilar, el Alineamiento Cultural, ha tenido como objetivo promover un entorno impregnado de integridad y responsabilidad. Destacamos, especialmente, el éxito de la "Semana de la Ética de 2024", en donde nuestros colaboradores participaron activamente en concursos, actividades y capacitaciones, fortaleciendo así nuestra conexión con los valores éticos de la empresa. Además, en el ámbito de políticas, hemos realizado una revisión integral y difusión de nuestras principales políticas; y, en especial, aquellas relacionadas al Sistema de Gestión Antisoborno que hemos implementado en el Grupo, asegurando un entorno laboral seguro y cumpliendo con las más rigurosas regulaciones normativas.

En el eje de Gestión Integral de Riesgos, hemos desarrollado y actualizado matrices de riesgos para identificar, evaluar y mitigar cualquier amenaza potencial que pueda afectar nuestros objetivos empresariales, asegurando así una gestión efectiva de riesgos en todo el Grupo El Comercio, a través de la implementación de rigurosos controles.

El Cumplimiento Normativo es otro pilar clave, que se centra en garantizar el cumplimiento de todas las regulaciones legales en todas las áreas de nuestra organización, con especial énfasis en temas de libre competencia, gestión tributaria y gestión antisoborno. Además, en el eje de capacitación hemos priorizado la capacitación continua del equipo para fortalecer la comprensión y el cumplimiento de las obligaciones legales y nuestras políticas y procedimientos internos.

En cuanto al Aseguramiento del Cumplimiento, nos esforzamos por garantizar que todas nuestras acciones contribuyan efectivamente a mitigar riesgos y prevenir contingencias. Hemos relanzado y difundido una nueva versión de nuestro Canal de Denuncias e Inquietudes denominada "Línea Ética", proporcionando un espacio seguro para que nuestros colaboradores,

socios de negocio y terceros en general, no solo puedan presentar denuncias por incumplimiento a nuestras políticas corporativas o comportamiento no éticos, sino, también, para que expresen sus preocupaciones, recibiendo feedback, a través de encuestas para mejorar constantemente nuestro Modelo de Prevención.

Asimismo, el Grupo El Comercio ha asumido un fiel compromiso en la lucha y prevención contra la corrupción, implementando un sólido Sistema de Gestión Antisoborno aplicable a sus principales procesos productivos, logrando sentar las bases para obtener, en el año 2025, la Certificación Internacional ISO 37001: Sistemas de Gestión Antisoborno.

Además, hemos trabajado arduamente en difundir la forma de hacer negocios de manera responsable y sostenible a nuestros grupos de influencia. Nos enorgullece haber sido reconocidos como un referente en cumplimiento ético, destacando en el Ranking MERCO ESG 2024.

En el 2024, hemos avanzado aún más en la integración de la tecnología para automatizar nuestros procesos y hacer que todas las herramientas desarrolladas sean más accesibles para nuestros colaboradores.

Este compromiso constante ha dado sus frutos, permitiéndonos alcanzar el nivel 4.5 de madurez en cada ámbito del Modelo de Madurez de la Prevención, que abarca aspectos como cultura, políticas, riesgos y controles, mejora continua y preparación para la certificación de nuestro modelo de cumplimiento.

El Programa de Cumplimiento del Grupo El Comercio 2024 es un testimonio de nuestro compromiso con la ética, la integridad y la responsabilidad empresarial. A través de nuestros ocho ejes de acción, hemos fortalecido nuestra cultura ética, mitigado riesgos, cumplido con todas las regulaciones legales y promovido una cultura de ética en el mercado.

El Comercio

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PRINCIPALES EJECUTIVOS

DIRECTORIO

Presidente:	Luis Alonso Miró Quesada Villarán
Vicepresidenta:	María Fátima de Romaña Miró Quesada
Directora:	Araceli Escalante Miró Quesada
Directora:	Helena Gereda Pardo
Directora:	Martha Meier Miró Quesada
Directora:	Cecilia Rapuzzi Miró Quesada
Director:	Miguel Aramburú Alvarez-Calderon
Director:	Manuel Antonio García Miró Bentín
Director:	Gabriel Miró Quesada Bojanovich
Director Externo Independiente	Marco Antonio Zaldivar García

COMITÉ DE AUDITORIA Y RIESGOS

Marco Antonio Zaldivar García
María Fátima de Romaña Miró Quesada[1]
Manuel del Rio Jimenez

CONSEJO CONSULTIVO EDITORIAL

Jaime Luis Felipe de Orbegoso Rapuzzi
Araceli Escalante Miró Quesada[2]
Silvia Miró Quesada Ferreyros[3]

COMITÉ DE GESTIÓN INMOBILIARIA

Juan Carlos Rubio Limón[4]
Araceli Escalante Miró Quesada
Helena Gereda Pardo

DIRECTORES PERIODÍSTICOS

El Comercio	Juan Aurelio Arévalo Miró Quesada
Trome	Carlos Espinoza Olcay
Gestión	Omar Mariluz Laguna
Depor	Juan Aurelio Arévalo Miró Quesada[5]
Correo	Iván Slocovich Pardo
Ojo	Carlos Espinoza Olcay[6]
América Televisión y Canal N	Rosana Cueva Mejía

1 Desde el 12 de marzo del 2024
2 Desde el 12 de marzo del 2024
3 Desde el 12 de marzo del 2024
4 Hasta el 31 de diciembre del 2024
5 Desde el 01 de junio del 2024
6 Desde el 01 de junio del 2024

GERENCIA GENERAL

Empresa Editora El Comercio S.A.	Ignacio Gimenez Zapiola

GERENTES GENERALES DE UNIDADES DE NEGOCIO

Televisión	Fernando Muñiz Bethancourt[7]
Servicios Empresariales	Domingo Alfredo Ruiz Oteagui[8]

ADMINISTRACIÓN

Gerente Central Legal y de Cumplimiento	Antonio Horacio Román Calzada
Gerente Central de Administración y Finanzas	Takeshi Yosioka Barahona[9]
Gerente Corporativo de Auditoría y Riesgos	Guillermo Paredes Carbajal

7 Desde el 1 de agosto del 2024.
8 Desde el 17 de enero del 2024
9 Desde el 01 de enero del 2025