



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL) JULIO 2014 - DICIEMBRE 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: CMAC Arequipa

Número de proyecto: PE-M1092 - Nro. Operación: ATN/ME-13703-PE

Resultado: Los clientes MYPE de la Caja Arequipa utilizan el producto de financiamiento con fines ecológicos para acceder a energías limpias y eficientes.

País Administrador
PERÚ

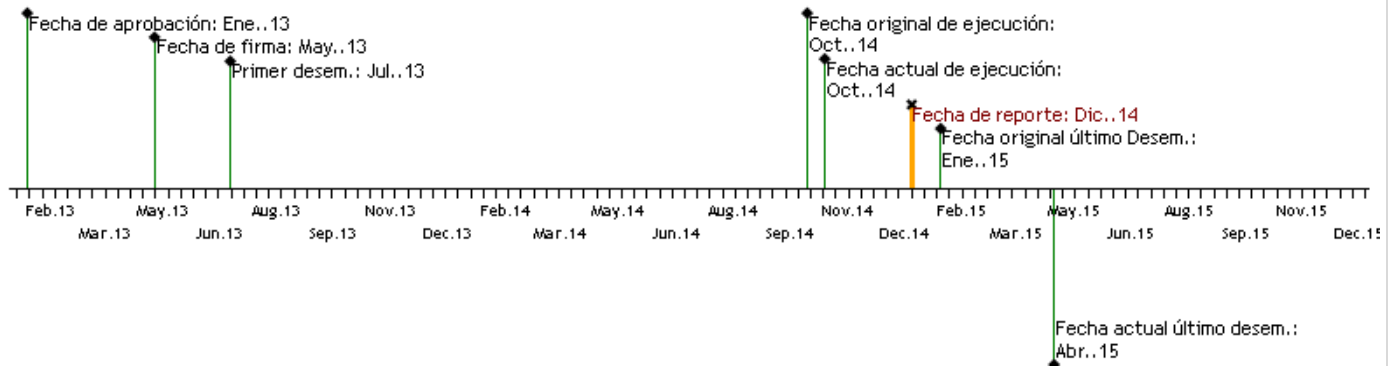
País Beneficiario
PERÚ

Agencia ejecutora: CAJA MUNICIPAL AHORRO/CREDITO AREQUIPA

Líder equipo de diseño: Watson, Gregory

Líder equipo de supervisión: Mosquera, Carmen Cecilia

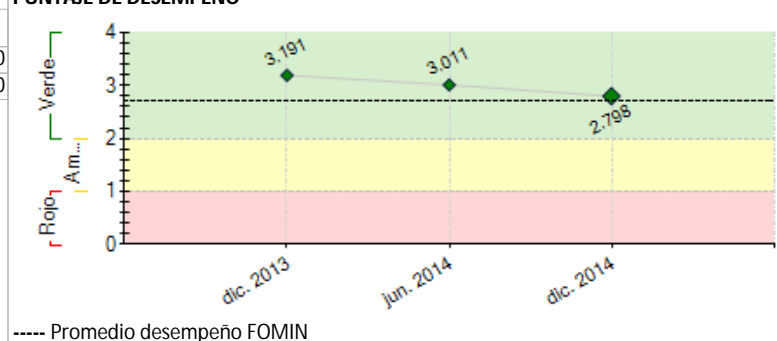
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	\$279,998.00	\$0.00	\$279,998.00
Contrapartida	\$120,000.00	\$0.00	\$82,702.00

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

1. Principales Resultados: Se creó el Producto Financiero CrediLuz y al cierre de diciembre se tiene 70 créditos colocados, se redujo la huella de carbono de la Caja en 4,07% en relación al tema energético y se mapeo la cartera de créditos en referencia al cambio climático.
2. Principales actividades realizadas:
 - a: Estudios de oferta y demanda, focus grup con clientes y personal de la caja, estudio de la demanda, capacitaciones al personal de venta y se obtuvo el Producto CrediLuz.
 - b: Estudio del costo energético de la institución, se generó planes y políticas para reducir el costo energético de la Institución, se tomaron promotores ambientales en las oficinas los cuales tenían las tareas de ver el cumplimiento de las políticas de reducir el costo energético y se redujo en 4,07% la huella de carbono.
 - c: Se desarrollo una lista de riesgos climáticos, se ubicó las zonas y se determinó la cartera que tenemos en esa zona. Se logró mapear la cartera de créditos ante los riesgos climáticos
3. Riesgos y Obstáculos más importantes:
 - a: Los equipos de energías renovables son muy caros y no son atractivos para los Microempresarios en relación al financiamiento con el Producto financiero, se mitigo buscando clientes que buscan la eficiencia energética.

- b: Sensibilizar al personal de la Caja en relación al ahorro de energía y ofrecer el Producto financiero verde, se mitigo con capacitaciones y reuniones.
 - c: Convencer a los clientes tomar el producto financiero verde para la eficiencia energética y se mitigo con el diseño de catálogos demostrando el costo beneficio.
4. Acciones Específicas:
 - a: Ecologización de Caja Arequipa: Capacitaciones y sensibilización al personal de caja Arequipa, Comprometer al personal de caja ser promotores ambientales voluntarios, Coordinar con el departamento de infraestructura ejecutar la guía y las recomendaciones brindadas en el proyecto con respecto a las agencias y cedes a nivel nacional, creemos en firme compromiso de cuidar y preservar el medio ambiente, en nuestro nuevo código de ética esta considerando la variable

ambiental y sostenibilidad.

b: Producto Financiero CrediLuz: Continuar la expansión del producto en zonas rurales, Capacitar al personal de Analistas de Créditos, Seguimiento y monitoreo del Producto, Alianzas Estratégicas.

c: Riesgo Climático: se usara las alertas en créditos sobre las zonas vulnerables al cambio climático, Se seguirá identificando zonas de riesgo y de nuevos riesgos.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo.

A pesar de que se realizaron una serie de estudios y documentos de desarrollo del producto, considero que el proyecto/la Caja careció de una estrategia que permita introducir el producto financiero en la Caja, y de acciones concretas para introducirlo, e implementarlo, que se tradujera en mayores colocaciones. Considero que faltó mayor adaptación del modelo de negocio (por parte de la consultora) a la situación concreta de la caja, sus clientes y los proveedores disponibles en la región. El plan de negocio, y modelo planteado fue muy general como par ayudar a la Caja a implementar el producto con mayor éxito.

Evaluación final

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Evaluación final

SECCIÓN 3: INDICADORES

	Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
Resultado: Los clientes MYPE de la Caja Arequipa utilizan el producto de financiamiento con fines ecológicos para acceder a energías limpias y eficientes.	R.1 166 MYPE emplean energías limpias o implementan soluciones de eficiencia energética	0	166	70	42 %
	R.2 Los clientes de Caja Arequipa usaron las fuentes de financiamiento de los productos de financiamiento con fines ecológicos para adquirir soluciones de energía limpia o eficiencia energética.	0	166	70	42 %
	R.3 El 5% de la cartera de préstamos de la Caja Arequipa destinado al financiamiento con fines ecológicos, lo que representa US\$5,2 millones movilizados para este tipo de financiamiento .	0	5	1	20 %
Clasificación: Insatisfactorio					
Componente 1: Ecologización de la Caja Arequipa para incorporar el financiamiento con fines ecológicos a su estrategia. Peso: 21% Clasificación: Satisfactorio	C1.11 Realización de un diagnóstico de eficiencia energética a escala institucional.	0	1	1	100 %
	C1.12 Elaboración de un plan estratégico ambiental.	0	1	1	100 %
	C1.13 Reducción de un 5% en las emisiones de gases de efecto invernadero.	0	5	4.07	81 %
	C1.14 Elaboración de un plan de comunicación interna para informar al personal de la Caja Arequipa sobre la estrategia para volverse una institución microfinanciera ecológica.	0	1	1	100 %
	C1.15 Formación de capacitadores: formación de 24 miembros del personal de la Caja Arequipa.	0	24	150	625 %
Componente 2: Evaluación del riesgo de la cartera de préstamos de la Caja Arequipa frente al cambio climático. Peso: 19% Clasificación: Satisfactorio	C2.11 Realización de un análisis de vulnerabilidad de la cartera de préstamos frente al cambio climático.	0	1	1	100 %
	C2.12 Entrega de una serie de recomendaciones para mitigar el riesgo del cambio climático y recomendación de un instrumento de seguimiento y gestión de riesgos.	0	3	3	100 %
Componente 3: Producto de financiamiento con fines ecológicos para el uso eficiente de la energía mediante iniciativas de eficiencia energética o energía renovable. Peso: 58% Clasificación: Satisfactorio	C3.11 Se ejecuta un proyecto piloto para 166 MIPYME.	0	1	1	100 %
	C3.12 Se comercializa a gran escala un producto de financiamiento con fines ecológicos.	0	1	1	100 %
Componente 4: Recopilación de conocimientos y divulgación del análisis de viabilidad. Peso: 2% Clasificación: Satisfactorio	C4.11 Presentación al FOMIN de una guía del proyecto que recogerá las principales actividades, lecciones aprendidas y un estudio de casos.	0	1	1	100 %

Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H2 1 Línea de base de emisiones de GEI de la Caja	1	Oct. 2013	1	Oct. 2013	Logrado
H1 Condiciones previas	1	Nov. 2013	8	Jun. 2013	Logrado
H3 1 Producto financiero verde diseñado	1	Dic. 2013	1	Dic. 2013	Logrado
H4 1 Sistematización análisis riesgo climatológico	1	Feb. 2014	1	Feb. 2014	Logrado
H6 1 Sistematización Proyecto Ecomicro y Caso de estudio Caja Arequipa	1	Oct. 2014	1	Oct. 2014	Logrado
H5 [*] 1 Evaluación Piloto	0	Nov. 2014	1	Dic. 2014	Logrado tarde

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

- [X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora
- [X] Falta de compromiso de la Agencia Ejecutora
- [X] Desempeño inadecuado de consultores

[X] Otros, cuáles?: El desempeño de los consultores no fue "inadecuado", pero fue insuficiente para lograr el objetivo del proyecto.

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

1. El número de proveedores locales de energía limpia y soluciones de eficiencia energética para el tipo de tecnologías que demandan las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) es limitado.				
Nivel: Baja		Responsable: Project Guest		Estado: Vigente
Comentarios: Se han identificado a tres proveedores que cumplen con los criterios de selección para iniciar el piloto				
2. Las instituciones microfinancieras identifican riesgos y deciden dejar de otorgar financiamiento a clientes riesgosos.				
Nivel: Baja		Responsable: Project Coordinator		Estado: Vigente
Comentarios: el riesgo siempre va existir a pesar de las evaluaciones.				
3. La matriz energética de Perú es compleja y podría afectar la precisión de los cálculos de emisiones de gases de efecto invernadero.				
Nivel: Baja		Responsable: Project Guest		Estado: Vigente
Comentarios: Depende de la complejidad que se da en el momento de hacer la medición.				
4. No son financieramente viables nuevos productos de financiamiento con fines ecológicos.				
Nivel: Baja		Responsable: Project Coordinator		Estado: Vigente
Comentarios: Depende de las colocaciones en el mercado				
5. Es limitado el numero de proveedores para iniciar el piloto se ha identificado a tres proveedores de Energía Renovable y Eficiencia Energética que cumplen el perfil para ser aliados estratégicos y comerciales				
Nivel: Baja		Responsable: Project Assistant		Estado: Vigente
Comentarios: Este riesgo siempre estará vigente hasta que los equipos de energía renovable no disminuyan su costo y el periodo de recupero sea corto				
NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 12 RIESGOS VIGENTES: 5 RIESGOS NO VIGENTES: 5 RIESGOS MITIGADOS: 2				

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: PP - Poco Probable

El proyecto tiene 2 partes:(i) la ecologización de la caja, es probable que sea sostenible, pues es rentable para la institución.(ii) la implementación del producto financiero: es poco probable que sea sostenible, debido a que por el momento no es rentable para la institución. Hay probabilidad de que se mantenga únicamente relacionado a "Crediluz" en zonas rurales.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Falta de compromiso de la agencia ejecutora para continuar o expandir los servicios y/o actividades del proyecto	El producto financiero no tiene la demanda requerida, implica un esfuerzo adicional para la Caja (menos rentable que otros productos)
[X] Falta de un mercado para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)	La demanda aún no es alta para este tipo de productos porque no se conoce (entiende el costo/beneficio.

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

1. Ecologización de Caja Arequipa: Capacitaciones y sensibilización al personal de caja Arequipa, Comprometer al personal de caja ser promotores ambientales voluntarios, Coordinar con el departamento de infraestructura ejecutar la guía y las recomendaciones brindadas en el proyecto con respecto a las agencias y cedos a nivel nacional, creemos en firme compromiso de cuidar y preservar el medio ambiente, en nuestro nuevo código de ética esta considerando la variable ambiental y sostenibilidad.
2. Producto Financiero Crediluz: Continuar la expansión del producto en zonas rurales, Capacitar a mas personal de Analistas de Créditos, Seguimiento y monitoreo del Producto por parte del Jefe de Producto, Alianzas Estratégicas con Instituciones que apoyen el medio ambiente.
3. Riesgo Climático: se usara las alertas en créditos sobre las zonas vulnerables al cambio climático, Se seguirá identificando zonas de riesgo y de nuevos riesgos ante el cambio climático y el fenómeno del niño.

[Plan de Sostenibilidad](#)

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas

	Relativa a	Autor
1. ESTRATEGIA DE COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS NUEVOS. En este caso, el producto financiero era un producto verde. La estrategia de colocación es crítica, dado que el cliente no conoce el producto (por lo tanto no lo demandará espontáneamente) y el analista tampoco (requiere conocimiento específico sobre eficiencia energética para venderlo). En este caso particular faltó definir claramente quién es el cliente, qué se financia. Algunas de las opciones que se sugirieron incluyen: (i) partir de la venta del producto (no financiero) desde el proveedor, y generar un vínculo para facilitar el financiamiento; (ii) utilizar un técnico para ofrecer el producto. que luego lo vincula con el analista (y no al revés como se ha estado haciendo); (iii) masificar la oferta del producto a todas las agencias de la IFI; (iv) establecer alianzas con proveedores para productos estándar de preferencia; (v) tener clara y sistematizada información útil sobre consumo energético, ahorros y costos.	Implementation	Mosquera, Carmen Cecilia [FOMIN]
2. El seguimiento y compromiso es el éxito de todo gran cambio. Las acciones nuevas en una	Sustainability	zuniga, carmina Karella

institución siempre representa retos internos y externos, el liderazgo para implementar una iniciativa es los más valioso para lograr el éxito. También es relevante realizar el seguimiento puntual de las acciones, para identificar de manera oportuna desviaciones con respecto al plan o las metas iniciales propuestas		
3. El perfil de clientes nuevos en zonas urbanas no es recomendable para Crediluz, existe potencial en zonas rurales. Como se había identificado desde el Diseño del Producto, los clientes nuevos en zonas urbanas no está interesados en un producto que ahorre energía eléctrica, prefieren otros productos de Caja Arequipa. Sin embargo, puede ser de interés el financiamiento de equipos de energía solar para los clientes nuevos de zonas rurales en las que no existe energía eléctrica.	Sustainability	zuniga, carmina Karelia
4. La curva de aceptación del producto en los analistas debe ser aprovechada. Los analistas es el principal eslabón en la promoción y colocación de un producto nuevo. Existe un proceso de aceptación hacia los productos nuevos, en Caja Arequipa se cuenta con el desarrollo continuo de innovaciones con productos diferentes, por lo que el analista se muestra cae en una ambivalencia al presentarle un nuevo producto. La ambivalencia es que le interesa o no le interesa, esto lo define una vez pasada la curva de aceptación, posteriormente el analista difícilmente va a cambiar el juicio que ya ha realizado sobre ese producto, por el contrario puede ser un factor en contra del nuevo producto hacia su difusión con otros analistas. Es importante, que el analista tenga una magnífica opinión del producto nuevo en la parte inicial de su curva de aceptación, de lo contrario será muy difícil y casi imposible revertir esta tendencia	Implementation	zuniga, carmina Karelia
5. Los mejores promotores de Crediluz son los analistas intermedios. Los analistas senior y los que tienen una cartera numerosa de clientes, están saturado de actividades en el tiempo que dedican al trabajo en Caja Arequipa, por ello, les representa un esfuerzo adicional la promoción y colocación de un producto nuevo, no es de su interés hacer estas actividades. Sin embargo, se identificó que los analistas con una cartera intermedia o con pocos años en Caja Arequipa está orientados a incrementar su cartera, para lo cual, los productos nuevos representan una motivación adicional para crecer su cartera. Por ello, están interesados y dispuestos en hacer actividades de promoción y colocación de producto nuevos, si son novedosos como Crediluz muestran un mayor interés y disponibilidad.	Implementation	zuniga, carmina Karelia
6. El seguimiento puntual en campo para el lanzamiento de un producto nuevo con los analistas de Caja Arequipa es indispensable. Caja Arequipa tiene una forma particular de operar al estar en un mercado tan competitivo como el peruano. Por ello, se requiere de la figura de un Coordinador del proyecto o Residente que realice la funciones puntuales de seguimiento con los analista en campo de la promoción y colocación del producto nuevo. El ejemplo en nuestro caso se vió reflejado en dos momentos, al inicio del Piloto la Coordinadora del proyecto no realizaba las actividades de seguimiento que posteriormente comenzó a hacer durante los meses de julio hasta el cierre del piloto, las cifras muestran las ventajas de realizar este seguimiento. Por ello, en alguna de las visitas de DAI se sugirió la figura de Residente para hacer este trabajo que no podía hacer la Coordinadora del proyecto	Implementation	zuniga, carmina Karelia
7. La tasa del crédito si importa en la decisión del cliente. Desde el inicio de Diseño del Producto y la previa realización de focus group con clientes, se identificó que los clientes son sensibles a la reducción de la tasa de interés del crédito. Por ello, en el diseño inicial de Crediluz, cuando el cliente objetivo eran Preferenciales y Recurrentes con 2 años de antigüedad, se establecieron tasas menores a las de cualquier otro producto que tuviera en lista Caja Arequipa, para motivar la adquisición de Crediluz respecto a algunos parecidos. Posteriormente cuando Crediluz se abre hacia otro tipo de clientes, no se realizó el ajuste de la tasa de interés por lo que se debe actualizar con respecto a los criterios iniciales del producto de financiamiento verde, es decir, la tasa de Crediluz debe estar por debajo de cualquier otro producto para todo tipo de clientes	Implementation	zuniga, carmina Karelia
8. La estrategia de marketing debe ser de mediano a largo plazo y liderada por el área comercial. La estrategia de marketing para un nuevo producto debe considerar un plan de trabajo de mediano plazo, con la elaboración de materiales de promoción y campañas que se difundan en todo Caja Arequipa, debe ser un esfuerzo estructurado para fortalecer el conocimiento y promoción del producto nuevo. Dicha campaña debe ser acompañada y monitoreado por el mismo departamento de Marketing, para ir identificando resultados o desviaciones de lo planificado. De lo contrario se corre el riesgo de tener acciones específicas aisladas que no muestran resultados asociados a la estrategia para el nuevo producto, en nuestro piloto, tal fue el aislamiento de las acciones de marketing que muchos de los mismos analistas y agencias que fueron incorporadas posteriormente al piloto afirmaron no conocer nada del Producto Crediluz.	Design	zuniga, carmina Karelia
9. El reconocimiento en el uso de un crédito verde debe ser un diferenciador que Caja Arequipa recompense al cliente. Esta reflexión DAI la ha retomado de los mismos clientes de Crediluz, algunos de los cuales refieren que Caja Arequipa debería entregarles alguna distinción especial por estar utilizando un crédito verde, es decir, destacar al cliente por el compromiso que tiene hacia el ambiente y los beneficios que genera por el uso del crédito que se muestra en una reducción de los gases de efecto invernadero para el caso de Crediluz. Adicionalmente, este reconocimiento sería un medio efectivo de promoción para el mismo Crediluz y para Caja Arequipa, al mostrar el compromiso con el ambiente, financiando acciones que generan impacto positivos.	Sustainability	zuniga, carmina Karelia
10. El destino del crédito verde es su principal fortaleza. Como se comentó en el párrafo anterior, un producto verde se distingue por los beneficios hacia el ambiente, por extensión un crédito verde debe brindar beneficio al ambiente por el destino al cual esté dirigido ese crédito. Para explicarlo con un contra ejemplo, no podría existir un crédito verde que pueda estar financiando actividades económicas que dañen al medio ambiente, por comentar un ejemplo la pequeña minería informal. Si existiera algún crédito cuyo destino fuera para actividades contrarias o perjudiciales al ambiente, esto sería el fin del mismo crédito.	Sustainability	zuniga, carmina Karelia
11. Un producto verde debe resaltar los beneficios ambientales al mismo tiempo que los económicos. Los productos verdes implica la existencia de beneficios claro hacia la mejora del medio ambiente, estos beneficios deben ser externados hacia los clientes y en la forma de promocionar este tipo de productos. Adicional a los beneficios hacia el ambiente, se deben resaltar los beneficios económicos del mismo producto, para mostrar que además de ser un producto ecológico existe una ganancia o beneficios económico, así se podrá valorar el producto con un doble beneficio y será más atractivo para los clientes	Implementation	zuniga, carmina Karelia
12. La eficiencia de energía interesa a clientes del sector micro, pequeños empresarios y asalariados. La eficiencia de energía implicado el ahorro de costos o gastos, por ello, es que en el sector de empresarios micro y pequeños y los asalariados la idea de tener equipos que les ahorren el pago de luz ha sido un detonante favorables para el Producto Crediluz. El ahorro es menor comparado con el uso de energía solar, sin embargo, la eficiencia de energía está garantizada desde el momento de la compra de nuevo equipo o maquinaria. Es decir, la eficiencia de energía mediante la adquisición de equipos o maquinaria más eficiente en su consumo de energía significa un ahorro menor pero garantizado. El peruano es más conservador es este sentido, ya que le gusta al micro empresario y en general al comprador peruano un menor ahorro seguro a tomar un riesgo más alto que podría resultar en mayores	Sustainability	zuniga, carmina Karelia

beneficios.		
13. Las energías renovables tienen mejor mercado en empresarios pequeños y zonas rurales. La oferta de productos de energía renovable está centrada en los equipos de energía solar, sin embargo, existen dos tipos de proveedores en el mercado: los viejos proveedores con equipos muy caros de origen principalmente europeo, quienes han oligopolizado el mercado y los jóvenes proveedores con limitantes de tamaño para acreditarse como proveedores de instituciones grandes como Caja Arequipa. Esta situación hace que se fraccione la oferta, se puede comprar un equipo con un proveedor que lleva años intentando vender sus equipos caros o se toma el riesgo de comprar a un proveedor joven con equipos más económicos. Por ello, el mercado de energía solar es factible para empresarios con una escala de producción significativa que permita interiorizar los costos de equipos caros o por el contrario para productores en zonas rurales que están dispuestos a arriesgar por un producto más barato	Implementation	zuniga, carmina Karella
14. El enfoque en exceso del producto limita identificar sus potencialidades. Desde la definición de todo el proyecto de EcoMicro, se consideró de interés poder identificar de la manera más específica un sector de clientes interesados en un tipo de tecnología concreta, así fue planteado desde su inicio los estudios previos (oferta y demanda) al diseño del producto Crediluz. Lo que se mostró al arranque del piloto es que la sensibilidad de este enfoque hacia las variaciones de la operación fueron significativas, es decir, al haber enfocado demasiado el producto, esa idea quedó en los analistas, la cual al no funcionar fue imposible quitar de la mente ese enfoque inicial	Implementation	zuniga, carmina Karella
15. El Piloto es la mejor prueba para un producto nuevo. El piloto sigue siendo la mejor forma de obtener casos reales de la aceptación o no de un nuevo producto financiero por los diferentes actores que intervienen. Durante el piloto se evidencian las desviaciones que en el diseño del producto se tienen, poniendo en práctica el producto y analizando la conveniencia hacia los clientes. En este caso, el piloto mostró que la selección inicial de analistas-cliente objetivo-tecnologías de energía renovable no tuvieron las condiciones de mercado esperadas. Y evidenció la aceptación del Producto Crediluz por otro tipo de analistas, con otro tipo de clientes y otro tipo de equipos de eficiencia energética.	Sustainability	zuniga, carmina Karella
16. El cambio climático brinda oportunidades de negocio. Los efectos negativos del cambio climático representan oportunidades de negocio para una institución microfinanciera, principalmente en zonas rurales, ya que en estas zonas los efectos negativos tienen una mayor probabilidad e intensidad de presentarse. Las instituciones deben tomar un rol más visionario sobre el cambio climático para aprovechar las oportunidades de mercado que se están abriendo en este tema.	Design	zuniga, carmina Karella
17. La cultura de riesgo climático debe ser preventiva. El riesgo climático debe analizarse con oportunidad para evitar que los efectos negativos del cambio climático se materialicen, pudiendo ocurrir pérdidas materiales para la institución. El cambio climático irá incrementando los fenómenos climáticos extremos, por lo que ahora pudieran ser poco significativos en el futuro próximo sin duda serán una problemática, por lo que poner atención en ello desde ahora es relevante para adaptarse a las nuevas condiciones del planeta ante el inminente incremento de la temperatura.	Implementation	zuniga, carmina Karella
18. Los grandes cambios comienzan de abajo, pero no es suficiente. Los Promotores Ambientales han representado un importante inicio para tener buenas prácticas en el consumo responsable de energía eléctrica en la institución, hace falta fortalecer el esfuerzo y expandir la iniciativa hacia los niveles altos de gerencia y gobierno de Caja Arequipa	Implementation	zuniga, carmina Karella
19. La ecologización de la institución debe ser en todos los niveles. La ecologización de la institución implica la interiorización de los beneficios hacia el ambiente por los diferentes colaboradores, estructuras gerenciales y de gobierno corporativo. ECOMICRO es un programa integral que ha promovido desde diferentes enfoque y ángulos la ecologización de Caja Arequipa, la reducción del consumo de electricidad de la institución, el producto Crediluz y la prevención de riesgos antes el cambio climático consideran un enfoque integral para lograr la ecologización, ahora deben ser asumidas y continuadas por los diferentes niveles operativos y de gobierno de Caja Arequipa	Implementation	zuniga, carmina Karella

Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o “compartirse” con otras entidades o proyectos similares.

Política y lineamientos para ahorro de energía eléctrica, que puede ser aplicada a cualquier otra IFIs.

Productos principales del proyecto

[Nov. 2013] Estudio de la auditoría energética e inventario de emisiones de GEI por consumo de energía eléctrica. (Other)

Autor: DAI

[Nov. 2013] Política y lineamientos para ahorro de energía eléctrica (Other)

Autor: DAI

[Nov. 2013] Política y lineamientos para ahorro de energía eléctrica (Other)

Autor: DAI

[Feb. 2014] Evaluación de la exposición al Cambio Climático de la cartera de créditos de la Caja Arequipa (Other)

Autor: DAI

[May. 2014] Segundo Informe: diagnóstico ampliado, capacitación y pilotaje en campo de propuestas metodológicas y afinamiento de los instrumentos de gestión (Other)

Autor: DAI

[Oct. 2014] Sistematización de Experiencias y Estudios de Caso Proyecto EcoMicro en Caja Arequipa (Other)

Autor: DAI