

LAS PROYECCIONES Y LOS RETOS EN SOSTENIBILIDAD EN 2025

CAPITALISMO CONSCIENTE, UN CAMINO HACIA EMPRESAS MÁS HUMANAS Y SOSTENIBLES

PLANTEA QUE LAS EMPRESAS TIENEN UN IMPACTO PROFUNDO EN LA VIDA DIARIA DE LAS PERSONAS, POR LO QUE LOS NEGOCIOS DEBEN SER CONCEBIDOS COMO AGENTES DE CAMBIO POSITIVO SIN DAÑAR EL MEDIO AMBIENTE

DELSUR GANA EL PREMIO DE INNOVACIÓN DE GÉNERO EN EL SECTOR ENERGÉTICO

LA EMPRESA SE HA MANTENIDO TRABAJANDO EN LA REDUCCIÓN DE LA BRECHA DE GÉNERO DESDE 2013, Y UNA VEZ MÁS DESTACÓ POR SU TRABAJO, AHORA A NIVEL DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



PRESENTACIÓN

La sexta edición de la revista presenta un enfoque hacia el futuro inmediato, lo que se viene en 2025. Estos últimos meses han sido devastadores para múltiples familias en países como España o Brasil, con tormentas formadas en un santiamén que han arrasado con vidas, trabajos, ciudades, etc.

Cada vez es más innegable el cambio climático, así como la comprensión que es responsabilidad de todos hacer algo por minimizar las crisis alimentarias, las pérdidas humanas y de formas de trabajo.

Este 2025 se presenta particularmente con nuevos retos para El Salvador, la región, las empresas y el mundo en general. Con apenas un poco de variación en las temperaturas mundiales la naturaleza ya dio muestras de su poder, uno para el que el ser humano no tiene respuestas, más que trabajar constantemente por mantener un equilibrio entre la explotación de los recursos naturales y el progreso.

¿De qué sirve tener hasta IA si no aplicamos lo más básico, que es tratar de salvar la única casa que tenemos, el planeta tierra?

Siempre relacionado, pero hacia un enfoque más técnico, se aborda el tema del capitalismo consciente y cómo este movimiento puede ser una respuesta a los problemas que enfrentan las naciones.

Además, se presentan algunos de los aportes que diversas empresas en el país han realizado en materia de sostenibilidad a lo largo de los últimos meses.

Agradecemos de manera especial a todas las marcas y empresas que cada año renuevan su compromiso con el país, su gente, el desarrollo económico basado en la sostenibilidad y por contribuir a que exista un futuro para nuestros hijos y nietos.

CRÉDITOS

**REVISTA DE
SOSTENIBILIDAD
EMPRESARIAL**

SEXTA EDICIÓN
TERCER CUATRIMESTRE

PRESIDENTE
TOMÁS REGALADO

DIRECTORA
HAYDÉE DE TRIGUEROS

**DIRECTOR DE
COMUNICACIONES**
LUIS CERÓN

REVISTA PRODUCIDA POR
TRES60 COMUNICACIONES

DIRECTORA
AMANDA RODAS

**CORRECCIÓN
DE ESTILO**
CÉSAR NAJARRO

REDACCIÓN
GERALDINE VARELA

DISEÑO
SAMUEL HUEZO

RECICLAJE INCLUSIVO EN EL SALVADOR: INICIATIVA DE FUNDEMAS, LA CONSTANCIA Y PARQUE INDUSTRIAL VERDE



FUNDEMAS, La Constancia y Parque Industrial Verde firmaron un acuerdo para acelerar los centros de acopio de la cadena de reciclaje de La Constancia.

Este proyecto busca aumentar la cantidad de PET reciclado en El Salvador, fortaleciendo tres centros de acopio prioritarios. La alianza tiene como objetivo aumentar un 25% la recolección de material reciclado.

Esta iniciativa forma parte de la estrategia ambiental de FUNDEMAS para fomentar el reciclaje inclusivo, apoyada también por el programa AL-INVEST Verde de la Comisión Europea.

Cada día, en El Salvador, se generan 4,226.48 toneladas de residuos, de las cuales, 3,000 (un 81%), son dispuestas en rellenos sanitarios diariamente. Solo entre un 5% y 7% se estima que es reciclado.

BAC Y HOLCIM: COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

FUNDEMAS lanzó su primer podcast sobre sostenibilidad, destacando a BAC y Holcim El Salvador. En este episodio, ambas empresas compartieron sus logros y políticas en sostenibilidad, dentro del marco de la Semana de la Sostenibilidad y RSE.

Ingrid de Hernández, subgerente de sostenibilidad del Banco de América Central (BAC), enfatizó que la sostenibilidad es central en su estrategia desde hace más de una década, buscando maximizar impactos positivos y promover una banca responsable. Entre sus objetivos están convertirse en un banco carbono positivo y fomentar la economía circular.

Este podcast es parte de una iniciativa educativa de FUNDEMAS, en colaboración con el programa radial **Verdes en la Calle**.



MOVISTAR EL SALVADOR, AMCHAM Y FUNDEMAS LANZAN GIRA DE RECICLAJE DE ELECTRÓNICOS

Movistar El Salvador, en colaboración con la Cámara Americana de Comercio (AMCHAM) y FUNDEMAS, lanzó una gira de reciclaje de electrónicos con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente, el 5 de junio.

Esta iniciativa busca promover el manejo responsable de residuos electrónicos y contribuir a la protección de los recursos naturales del país.

Movistar reafirma su liderazgo como el único operador verde del país con su programa "Cambia a Verde", invitando a clientes corporativos y asociados a participar en la causa.

En colaboración con Zartex, especialista en manejo de equipos electrónicos, la gira recorrerá empresas en San Salvador y sus alrededores, recolectando dispositivos.



UNIVERSE 2024: LA SOSTENIBILIDAD COMO EJE TRANSVERSAL PARA LAS EMPRESAS



El evento UNIVERSE 2024, organizado por Revista Estrategia & Negocios con el apoyo de La Constancia y FUNDEMAS, reunió a empresas y organizaciones en San Salvador para discutir los avances, retos y oportunidades de las estrategias empresariales sostenibles.

En el foro "Empresas por la Sostenibilidad", los expertos coincidieron en que la sostenibilidad debe ser un eje transversal en las operaciones empresariales, dejando atrás su visión filantrópica para convertirse en una prioridad que impacte económicamente a las empresas y la sociedad.

Tomás Regalado, presidente de FUNDEMAS, destacó que la sostenibilidad es una "evolución lógica" que las empresas deben integrar en sus estrategias para asegurar la continuidad de sus negocios.



PROYECCIONES Y RETOS DE LA SOSTENIBILIDAD EN 2025

A medida que nos acercamos a 2025, el mundo enfrenta un momento crucial en su búsqueda de un futuro sostenible. A pesar de los avances en energías limpias, protección de la biodiversidad y reducción de residuos, aún queda un largo camino por recorrer.

La sostenibilidad abarca no solo la preservación ambiental, sino también una economía equitativa y responsable. Sin embargo, los retos son grandes y requieren colaboración global, innovación y voluntad política.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de su Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, establece metas globales para la sostenibilidad y el bienestar. Para 2025, las proyecciones de sostenibilidad indican un enfoque cada vez más integrado y multifacético para abordar los desafíos globales.

TRANSICIÓN ENERGÉTICA

La adopción de energías renovables como la solar y eólica crecerá significativamente, con la Agencia Internacional de Energía (AIE) proyectando que representarán más del 30% de la producción de electricidad en 2025. Sin embargo, los países en desarrollo enfrentan dificultades debido a la falta de infraestructura y financiamiento. La colaboración internacional será clave para cerrar esta brecha.

DESCARBONIZACIÓN DE LA ECONOMÍA

La descarbonización será fundamental en 2025, con países como los de la UE, Japón y Canadá avanzando hacia emisiones netas cero. Sin embargo, sectores como el transporte siguen siendo emisores importantes. Las políticas de carbono y la innovación tecnológica acelerarán este proceso, aunque las desigualdades globales podrían empeorar si no se distribuyen los recursos equitativamente.

ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Se espera un aumento significativo en la adopción de la economía circular, que busca minimizar los residuos y maximizar el uso de recursos mediante reciclaje y reutilización. Las empresas adoptarán políticas más estrictas de reciclaje y los gobiernos incentivarán la reducción de plásticos de un solo uso. No obstante, la falta de infraestructura y conciencia siguen siendo obstáculos.

INCLUSIÓN Y EQUIDAD

La sostenibilidad social también tomará relevancia, con un mayor enfoque en la equidad, la inclusión y la resiliencia de las comunidades frente a los impactos del cambio climático. Sin embargo, estos avances estarán acompañados de retos significativos, como la necesidad de movilizar inversiones suficientes, la adaptación de las infraestructuras y la superación de resistencias políticas y económicas que dificultan la implementación de soluciones a gran escala.

RETOS DE LA SOSTENIBILIDAD EN 2025

En 2025, los retos de la sostenibilidad se presentan como una de las mayores preocupaciones globales. Las empresas, gobiernos y ciudadanos deberán colaborar para encontrar soluciones innovadoras y efectivas que permitan garantizar la supervivencia del planeta y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

El presidente de Fundemas, Tomás Regalado aseguró, durante la Semana de la Sostenibilidad y RSE 2024, que en la próxima década las inversiones del sector se podrían duplicar.



“Se nota que hay más temas de inversión, en tema de sostenibilidad, en temas de liderazgo responsable, en temas de propósitos. En el mundo es la tendencia de ser más sostenible y propositivo y consciente y está ocurriendo”



Tomás Regalado
Presidente de FUNDEMÁS



Sin embargo aún existen retos, entre ellos:

A RECURSOS SOSTENIBLES

Los países más pobres siguen enfrentando dificultades para acceder a tecnologías limpias debido a la falta de infraestructura y capital. La cooperación internacional y el financiamiento climático son esenciales para garantizar una transición justa y equitativa.

IMPACTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Los fenómenos climáticos extremos seguirán afectando a millones de personas, especialmente a las comunidades vulnerables. La resiliencia y adaptación a estos efectos deben ser prioridades globales, junto con la reducción de emisiones.

Intereses económicos y políticos

Las grandes industrias como el petróleo y la minería siguen ejerciendo presión sobre las políticas gubernamentales, obstaculizando el progreso hacia una economía más verde. Superar este desafío requiere liderazgo que priorice el bienestar global y una ciudadanía más consciente.

CONCIENCIA Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

Aunque la conciencia sobre sostenibilidad ha aumentado, la educación ambiental sigue siendo insuficiente, especialmente en los países en desarrollo. La inversión en programas educativos de calidad será esencial para preparar a las nuevas generaciones para los retos del futuro.

El 2025 será un año crucial para la sostenibilidad global. A pesar de los avances, los retos podrían frenar el progreso. Para avanzar, se necesita colaboración, innovación y un compromiso colectivo para garantizar un futuro sostenible y justo para las próximas generaciones.

¿CUÁLES SERÁN LOS FOCOS PRIORITARIOS DE LA SOSTENIBILIDAD Y RSE EN 2025?

En un contexto de cambio acelerado y desafíos globales, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como un pilar esencial para las empresas en Centroamérica. A medida que se acerca 2025, la sostenibilidad y la ética empresarial serán determinantes para enfrentar las crisis climáticas, sociales y económicas que afectan a la región.

En los últimos años, la RSE ha cobrado una importancia creciente en Centroamérica, con énfasis en el cambio climático, la inclusión social y la innovación tecnológica. Las expectativas para 2025 apuntan a que los esfuerzos hacia una economía circular, la reducción de la huella de carbono y la inversión en comunidades locales seguirán siendo las prioridades.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) proyecta que la región podría ver un crecimiento de hasta el 5 % en las inversiones sostenibles para 2025, impulsadas, en parte, por un aumento de la demanda de consumidores conscientes. En este escenario, la RSE no solo se presenta como una herramienta de mitigación de riesgos, sino como un motor para la competitividad y la innovación, pero ¿cuáles serán los focos de la RSE para la región centroamericana el próximo año? Los focos de la RSE para 2025 están siendo delineados por varios informes y análisis de grandes entidades como el Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Global de la ONU y consultoras como KPMG, estos incluyen:

1. CAMBIO CLIMÁTICO Y GESTIÓN AMBIENTAL

Para 2025, la gestión ambiental será uno de los focos clave en la RSE de las empresas centroamericanas. La región, vulnerable a fenómenos naturales como huracanes, sequías e inundaciones, está adoptando políticas que alinean el crecimiento empresarial con la preservación del medio ambiente.

Según el Informe de Sostenibilidad del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), se espera que más de un 65 % de las empresas en la región implementen planes de acción climática, con un fuerte enfoque en la neutralidad de carbono.

2.. INCLUSIÓN SOCIAL Y EQUIDAD

La inclusión social será una prioridad. En 2025, se espera que las empresas en Centroamérica inviertan más en proyectos que promuevan la equidad de género, el empleo juvenil y la inclusión de grupos vulnerables.



Un estudio de UNICEF revela que, a pesar de los avances, la tasa de pobreza en Centroamérica afecta a un 30 % de la población, lo que resalta la necesidad de fortalecer las políticas de responsabilidad social corporativa en esta área. Las iniciativas que promuevan la educación, el acceso al empleo digno y el bienestar social estarán entre las más destacadas.

3. DESARROLLO LOCAL Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

El compromiso con el desarrollo local y las comunidades sostenibles está cobrando fuerza. En 2025, se prevé que las empresas centroamericanas destinen una mayor parte de sus presupuestos de RSE a programas que fortalezcan las economías locales, como la creación de empleo, la capacitación y el apoyo a microempresas.

Durante la doceava edición de la Semana de la Sostenibilidad y de la RSE, el presidente de Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas), Tomás Regalado Papini, afirmó que actualmente el sector empresarial impulsa las inversiones enfocadas en la sostenibilidad, registrando un notable crecimiento, el sector bancario es el principal impulsor de estas inversiones, debido a que ofrecen productos destinados a proyectos sostenibles y acompañan a las empresas en ese rumbo.



4. INNOVACIÓN Y ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular se posicionará como uno de los focos más importantes de la RSE para 2025. Con el aumento de la demanda de productos reciclables y sostenibles, las empresas adoptarán prácticas que reduzcan el desperdicio y promuevan el reciclaje.

Según el Informe Global de Sostenibilidad 2023 de KPMG, el 45 % de las empresas en Centroamérica planean implementar soluciones de economía circular, impulsadas por políticas más estrictas sobre residuos y reciclaje. Las innovaciones en diseño de productos, el uso de materiales sostenibles y las alianzas con startups verdes jugarán un papel crucial en este proceso.

5. TRANSPARENCIA Y GOBERNANZA CORPORATIVA

La transparencia y gobernanza corporativa se han convertido en un aspecto fundamental dentro de las políticas de RSE. En un mundo cada vez más interconectado, la demanda de ética empresarial y responsabilidad fiscal está creciendo.

En 2025, las empresas centroamericanas deberán cumplir con estándares más estrictos en cuanto a su rendición de cuentas, políticas anticorrupción y transparencia en sus prácticas laborales y ambientales. Según Transparencia Internacional, el 85 % de las empresas con presencia en Centroamérica mejorarán sus sistemas de información y reporte de sostenibilidad para alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.



CAPITALISMO CONSCIENTE: UN CAMINO HACIA EMPRESAS MÁS HUMANAS Y SOSTENIBLES

El capitalismo consciente es un movimiento que surgió en Estados Unidos en 2008, y actualmente tiene presencia en 24 ciudades del país y en 15 naciones más. Este movimiento promueve un enfoque renovado de los negocios, donde el propósito no es solo la generación de ganancias, sino también el bienestar de las personas, la salud del planeta y la evolución de la conciencia empresarial.



A diferencia del capitalismo tradicional, que a menudo se centra exclusivamente en la maximización de beneficios, el capitalismo consciente plantea que los negocios deben ir más allá de la simple búsqueda de ganancias. Así lo explica Raj Sisodia, miembro fundador del movimiento Capitalismo Consciente, quien compartió esta importante ponencia durante la Semana de la Sostenibilidad y la RSE 2024, organizada por FUNDEMÁS.

De acuerdo a Sisodia, las empresas tienen un impacto profundo en nuestra vida diaria, desde nuestra salud hasta el bienestar emocional, físico y espiritual.

Por eso, los negocios deben ser concebidos como agentes de cambio positivo, capaces de sanar y mejorar las condiciones de vida de las personas, sin dañar el medio ambiente ni explotar los recursos humanos.

“Un principio fundamental del capitalismo consciente es que los seres humanos no deben ser considerados como recursos, sino como la fuente misma de valor. Las organizaciones deben evolucionar hacia entidades que promuevan el bienestar, no solo de los seres humanos, sino de toda la vida en el planeta. El objetivo no es solo ganar dinero, sino resolver problemas reales de manera rentable, escalable y sostenible”, aseguró.

El capitalismo, tal como lo conocemos hoy, tiene solo unos 200 años, y en su forma moderna ha sido fundamental para la creación de riqueza y el progreso material. Sin embargo, también ha generado desigualdades y ha contribuido a la explotación de recursos.



El capitalismo tradicional, centrado en el corto plazo y la rentabilidad financiera, no ha funcionado de manera equitativa, ni ha sido sostenible a largo plazo, tanto para la humanidad como para el planeta.



“Para que el capitalismo funcione para todos, es necesario un cambio de enfoque. Es vital que las empresas dejen de obsesionarse únicamente con la ganancia para los accionistas y, en su lugar, se centren en generar valor para todas las partes interesadas: empleados, clientes, comunidades y el medio ambiente”



RAJ SISODIA

Fundador y líder del creciente movimiento mundial del Capitalismo Consciente

Sisodia define cuatro pilares que conforman el capitalismo consciente:

1. CURACIÓN:

El propósito de un negocio consciente es resolver los problemas de las personas y el planeta. Los negocios deben ser una fuerza de curación en el mundo, generando soluciones que aborden los desafíos sociales y medioambientales, no agravarlos. Esta visión implica que los negocios no solo busquen la rentabilidad, sino también el bienestar integral.

2. INTEGRACIÓN:

Un negocio consciente se preocupa por el bienestar de todas las partes involucradas, no solo de los accionistas. Esto incluye a los empleados, quienes deben sentirse valorados, entusiastas y apasionados por su trabajo; a los clientes, a quienes se debe tratar con amor y respeto; y a los inversores, quienes deben considerar no solo la rentabilidad, sino también el impacto y el legado de sus inversiones.



3. DESINTERÉS:

Los líderes conscientes son aquellos que no están motivados por el ego ni por intereses personales, sino que buscan servir a los demás y generar un impacto positivo. Estos líderes se enfocan en el bien común, haciendo crecer sus organizaciones de manera ética y responsable, y tocando positivamente las vidas de las personas con las que interactúan.

4. CULTURA:

La cultura de una empresa consciente es intangible pero poderosa. Se puede sentir en el ambiente: un propósito claro, el amor por lo que se hace, la confianza, la integridad y el cuidado hacia todos los involucrados. Mientras que los negocios tradicionales pueden estar basados en el interés propio, los negocios conscientes se fundamentan en valores de amor, propósito y bienestar colectivo

De acuerdo al experto, el capitalismo consciente no rechaza la importancia de las ganancias; sin embargo, recalca que la forma en que se generan esas ganancias es crucial. “Las empresas deben ser responsables de cómo ganan dinero, evitando la explotación de recursos y personas, y buscando siempre generar valor para la sociedad y el medio ambiente. La verdadera riqueza no solo es financiera, sino también intelectual, cultural y ambiental”, sostuvo.

Este nuevo capitalismo invita a las empresas a trascender el modelo tradicional que solo valora la mente y la billetera. Este enfoque incorpora el corazón y el espíritu, buscando un equilibrio entre rentabilidad, responsabilidad social y cuidado del planeta. “Si las empresas adoptan estos principios, no solo lograrán un mayor éxito económico, sino que también contribuirán al bienestar de la humanidad y la preservación del medio ambiente para las futuras generaciones”, concluyó.



APORTE INTERNACIONAL

GRUPAK, DE LA MANO CON EL MEDIO AMBIENTE

Bajo el concepto de unir la excelencia y la innovación para crear un futuro sustentable, Grupak, una empresa 100% mexicana con más de seis décadas de trayectoria, sigue liderando las industrias de fibra, papel y cartón corrugado desde 1957, cuando marcaron la pauta en calidad y servicio, con la misión de impulsar el éxito de sus clientes.

Trabaja bajo el lema "Protegemos tu producto, cuidamos el futuro", que refleja su compromiso de salvaguardar la integridad de los productos, clientes y servicio, preocupándose y ocupándose por el futuro de las generaciones presentes y futuras de manera social, económica y ambiental.

En Grupak, la filosofía se centra en crear un entorno donde cada colaborador forma parte integral y es corresponsable de los logros de la compañía. Su visión es liderar la sustentabilidad a nivel nacional en su sector, ofreciendo soluciones innovadoras respaldadas por un equipo comprometido y tecnología de última generación.

Su objetivo es proporcionar soluciones vanguardistas de papel y empaque, priorizando el desarrollo humano y el compromiso con sus valores.

Estos son trabajo en equipo, sustentabilidad, congruencia, empatía, excelencia, honestidad y seguridad, los cuales guían cada acción que toman, asegurando un ambiente de trabajo colaborativo y ético. Desde papel reciclado hasta empaques de cartón corrugado y diseño personalizado, ofrecen una amplia gama de productos y servicios de alta calidad que garantizan la satisfacción de sus clientes y contribuyen al cuidado del medio ambiente.

Recientemente se incorporó a sus operaciones una planta de cogeneración de energía eléctrica y calorífica, acción que demuestra el compromiso continuo con la eficiencia energética, asegurando un suministro de energía confiable y sostenible para todos.

En Grupak se reconocen como parte de la sociedad, asumiendo como propios los desafíos ambientales, sociales y económicos que el desarrollo de las entidades donde operan.



A través de su Código de Ética, buscan generar valor en el comportamiento de cada una de las distintas áreas, incluyendo a directivos y comités ejecutivos, para que se apeguen a las políticas de conducta responsable y equitativa.

Por ello, se trata de una herramienta integrada por normas generales de conducta, así como sistemas de denuncia y las sanciones que conlleva violar alguna de ellas. Así mismo, la empresa cuenta con diversas certificaciones internacionales como:

- El sistema de gestión de calidad se basa en la norma ISO 9001, garantizando la mejora continua de sus productos o servicios, lo que refuerza la preferencia de sus clientes por empresas comprometidas con la calidad.
- La norma ISO 14001:2015 de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) demuestra su responsabilidad y compromiso con la protección del medio ambiente.
- Mariposa Monarca. La ecoetiqueta de la mariposa monarca es un símbolo de sostenibilidad y conservación ambiental que busca promover productos y prácticas responsables con el medio ambiente.

- El estándar FSC-CoC (Forest Stewardship Council – Change of Custodi), que les permite asegurar la trazabilidad y legalidad en la transferencia de fibras, reafirmando el compromiso con la sustentabilidad y transparencia.

- La certificación FSC 22000 evalúa el cumplimiento de buenas prácticas, trazabilidad y gestión de seguridad alimentaria, fortaleciendo la confianza en la marca.

Además, Grupak enfatiza en 8 de los 17 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2011, reafirmando su compromiso con la responsabilidad corporativa y el desarrollo sustentable.

Hoy más que nunca, tras 67 años de liderar las industrias de fibra, papel y cartón corrugado, Grupak reafirma su compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente, y se mantiene firme en sus principios de excelencia, innovación y trabajo en equipo para seguir dando lo mejor a sus clientes de la mano con el medio ambiente.





DELSUR fue galardonada con el Premio de Innovación de Género en el Sector Energético de América Latina y el Caribe, otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo, en reconocimiento a su compromiso con la igualdad de género en el sector energético.

Este premio fue entregado por la Primera Dama de Paraguay, Leticia Ocampos, durante la IX Semana de la Energía en Asunción.

Desde 2013, DELSUR ha trabajado para reducir la brecha de género en el sector eléctrico salvadoreño, implementando programas de formación técnica para mujeres, promoviendo su participación en áreas STEM, y realizando alianzas clave.

Entre sus logros destacan la formación de 20 mujeres en el programa de “Electricistas de cuarta categoría”, la obtención de un grant de USAID para realizar un estudio de equidad de género en el sector, publicación de los resultados del estudio y la formación de 21 mujeres en un programa de electricistas y la participación de cuatro mujeres en la primera generación de “Técnico Instalador y Reparador de Redes de Energía Eléctrica”, en alianza con INCAF y USAID.

Este reconocimiento refleja el esfuerzo de DELSUR por un futuro más inclusivo en el sector energético.



Adicionalmente, DelSur ha trabajado desde 2022 en la promoción de los espacios STEM para niñas y adolescentes en centros escolares dentro de la zona de operación bajo dos iniciativas:

EDUCATECH, en alianza con Plan International, y DELSUR STEM Academy, en alianza con la Universidad Don Bosco, teniendo resultados destacados como la sensibilización de 4,160 niñas que participaron en las jornadas, refuerzo para 645 niñas en matemáticas, ciencias, biología y química.

Además, 34 jornadas de voluntariado técnico educativo con personal de DELSUR en centros escolares. 122 docentes y personal administrativo sensibilizado en orientación a niñas para áreas STEM y eliminación de sesgos inconscientes.



JAVIER URDAMPILLETA
General Manager
Pizza Hut El Salvador



BAJO EL "TECHITO ROJO", TODOS HABLAN EL MISMO IDIOMA: EL DE LA INCLUSIÓN

Pizza Hut El Salvador rompe barreras para la inclusión laboral de personas sordas con uno de sus programas de Sostenibilidad que beneficia a más de 85 familias.



En un mundo empresarial que avanza rápidamente hacia la sostenibilidad y la equidad, las empresas tienen la oportunidad de generar un impacto positivo más allá de la venta de productos o servicios. Pizza Hut, reconocida cadena de restaurantes en el mundo, es un claro ejemplo de cómo una marca franquiciada en un mercado específico puede contribuir al bienestar social de un país mediante un programa de inclusión laboral para personas sordas, cambiando vidas y derribando barreras invisibles.

Este programa, inició en 2021 y no solo ha transformado la vida de muchas personas, sino que también ha fortalecido el tejido social de El Salvador, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más equitativa y cohesionada.

La historia de la inclusión de personas con discapacidad auditiva en Pizza Hut no es nueva. De hecho, según David Rivas, Brand Strategy & Experiential Marketing Manager de la marca en El Salvador, la visión de inclusión ha estado presente desde los primeros días de la compañía en el país:

"Pizza Hut entró al mercado salvadoreño hace más de 37 años y nuestro fundador siempre tuvo claro que la inclusión era parte de nuestra misión. Desde la apertura de la primera casa del 'techito rojo' en la Zona Rosa, tuvimos un colaborador con discapacidad motora, y con el tiempo fuimos sumando más personas con diversas discapacidades". Así, la marca ha sido pionera en la inclusión mucho antes de que la legislación lo exigiera, demostrando su compromiso con la equidad.

Sin embargo, el programa actual tuvo un punto de inflexión durante la pandemia de COVID-19. En ese contexto, el equipo directivo de Pizza Hut El Salvador organizó mesas de diálogo con los asociados de la empresa para identificar sus necesidades y adaptarse a los nuevos desafíos.

Fue en ese momento que se dieron cuenta de que la barrera principal para la inclusión de las personas sordas no era su capacidad de trabajo, sino la comunicación. Con el apoyo de intérpretes, surgió la idea de formalizar un programa inclusivo que permitiera a la comunidad sorda ser parte activa de la empresa. Así nació el programa de inclusión laboral para personas sordas.



UN PROGRAMA CON CUATRO PILARES FUNDAMENTALES

Desde su creación, el programa de inclusión laboral para personas sordas de Pizza Hut El Salvador se ha basado en cuatro pilares fundamentales que han permitido no solo contratar a más de 85 personas sordas en los diferentes restaurantes del país, sino también garantizar su éxito y desarrollo dentro de la organización.

1. DERRIBANDO BARRERAS

Pizza Hut ha identificado las habilidades y capacidades únicas de sus colaboradores sordos como un motor de crecimiento para la marca. Al ofrecer oportunidades laborales en el área de cocina, los asociados sordos no sólo desempeñan un papel fundamental dentro de la operación, sino que demuestran el valor de la diversidad en el entorno laboral.

2. CAPACITACIÓN Y HERRAMIENTAS PARA EL ÉXITO

para garantizar que sus empleados sordos puedan cumplir con sus asignaciones de manera efectiva, la empresa ha implementado un proceso de capacitación personalizado. Utilizando recursos visuales, fotografías e iconografía, los asociados sordos pueden aprender los procesos de una manera más eficiente, superando las barreras tradicionales de comunicación.

3. LIDERANDO CON EL CORAZÓN

Pizza Hut también ha invertido en entrenamientos prácticos y continuos en sensibilización y empoderamiento para los gerentes de tienda y líderes operacionales. Esto permite que todos los colaboradores, independientemente de su discapacidad, se sientan valorados y apoyados en su entorno de trabajo.

4. 100 PALABRAS PODEROSAS

Una de las iniciativas más innovadoras del programa ha sido el desarrollo e implementación de un glosario de 100 palabras claves para la industria y la gestión operativa de la marca utilizando la Lengua de Señas Salvadoreñas (LESSA) lo que facilita la comunicación del día a día entre el equipo y crea un ambiente inclusivo para todo el personal.

Este programa no solo está disponible para los empleados operativos, sino que también se ha extendido a los niveles administrativos y corporativos, mostrando el compromiso continuo de la marca con la inclusión.



DAVID RIVAS

Brand Strategy & Experiential
Marketing Manager
Pizza Hut El Salvador

Nestlé gradúa la primera promoción de Chefs 2.0 en El Salvador

La primera promoción graduada en alianza con la escuela de arte culinario Be Chef, capacitó a más de 25 jóvenes salvadoreños estudiantes de cocina.

San Salvador, 2024. Con el fin de contribuir a la especialización e innovación de la industria culinaria en El Salvador y como resultado de la alianza con la escuela de arte culinario Be Chef, Nestlé El Salvador, celebró la graduación del primer grupo de chefs de su programa Jóvenes Talentos Culinarios YOCUTA (por sus siglas en inglés).

Un total de 27 jóvenes salvadoreños estudiantes de cocina y pertenecientes a la escuela de arte culinario Be Chef, completaron el programa de capacitaciones ofrecido por profesionales culinarios expertos de Nestlé, logrando con ello potenciar sus conocimientos y práctica en gastronomía.

“En Nestlé estamos sumamente orgullosos de haber culminado con éxito esta primera capacitación de nuestro programa YOCUTA 2.0, de la mano con una de las escuelas de arte culinario más importantes en el país, y promover con ello el emprendimiento juvenil en el área de la gastronomía a través de la profesionalización de nuestros jóvenes estudiantes de cocina”, expresó Andrés Calatróni, Gerente General de Nestlé El Salvador. El programa YOCUTA 2.0, ha sido diseñado por chefs expertos, con un enfoque en jóvenes profesionales que aspiran a trabajar en la industria de alimentos.



Su objetivo es complementar y fortalecer las habilidades y capacidades de los jóvenes talentos culinarios, brindándoles capacitación, herramientas y orientación para forjar una carrera exitosa.

El programa se desarrolla a través de capacitaciones presenciales y virtuales que incluyen el estudio de diferentes módulos diseñados por chefs expertos de Nestlé Professional. En estos se abordan temáticas y prácticas propias de la rama gastronómica, que, al cumplirse en su totalidad, otorgan al estudiante una certificación firmada por parte de la compañía.

El Salvador fue el primer país de la región que activó el programa en el año 2015, y desde entonces a la fecha, ha capacitado a más de 250 jóvenes salvadoreños, estudiantes de gastronomía y artes culinarias.



La escuela Be Chef ofrece el estudio de currículas estratégicamente diseñadas para suplir las necesidades actuales de conocimiento llevando a cabo técnicas de vanguardia y alta gastronomía bajo el acompañamiento de los mejores chefs referentes del país en el área.

A esto se suma una infraestructura con novedosas instalaciones, equipo de vanguardia y última tecnología para brindar educación gastronómica de calidad, orientada a satisfacer todas las necesidades actuales del mercado.

A través de estas iniciativas Nestlé continuará con el propósito de abrir espacios de desarrollo profesional para los jóvenes salvadoreños, que les permitan superarse y mejorar su calidad de vida, siendo protagonistas del desarrollo y progreso económico del país.

Se estima que un 15% de los egresados del programa han sido contratados en Nestlé o recomendados a empresas aliadas.

A partir del lanzamiento del programa YOCUTA 2.0, en Julio pasado, Nestlé activó el programa de la mano con la escuela de arte culinario Be Chef, donde en esta primera promoción los estudiantes tuvieron la oportunidad de acceder y adquirir conocimientos y prácticas complementarias a su formación y elevar su perfil profesional como chefs.



“Graduar a nuestra primera promoción Be Chef del Programa YOCUTA 2.0 junto a Nestlé, sin duda, eleva nuestro perfil como entidad profesional en la formación de estudiantes en el arte culinario; agradecemos a Nestlé por esta iniciativa y felicitamos a este primer grupo de estudiantes por su logro”



Rocío Sánchez

Gerente General de la escuela de arte culinario Be Chef.



¡MUCHAS GRACIAS!

A todas las marcas, empresas y personas que siguen creyendo que es posible crear juntos la mejor versión de El Salvador, desde FUNDEMAS les deseamos éxito en sus labores y, sobre todo, agradecimientos por sus esfuerzos para cambiar la realidad nacional, para entender que cada día se puede marcar diferencia con sus acciones.

Gracias también por creer en FUNDEMAS para asociarse y juntos poder seguir forjando el sueño de dejarle algo mejor a nuestros hijos y nietos.

Gracias por seguir creyendo que los cambios son posibles, por no perder la fe, y por ser creativos para encontrar soluciones a la hora de los problemas, por no dar la espalda a las nuevas generaciones, por generar esperanza en las comunidades donde operan, por esforzarse cada día.

Gracias a DelSur, Pizza Hut, Telus, Nestlé, Tres60 Comunicaciones y FUNDEMAS por seguir apostando por el futuro de El Salvador.

