

RSA

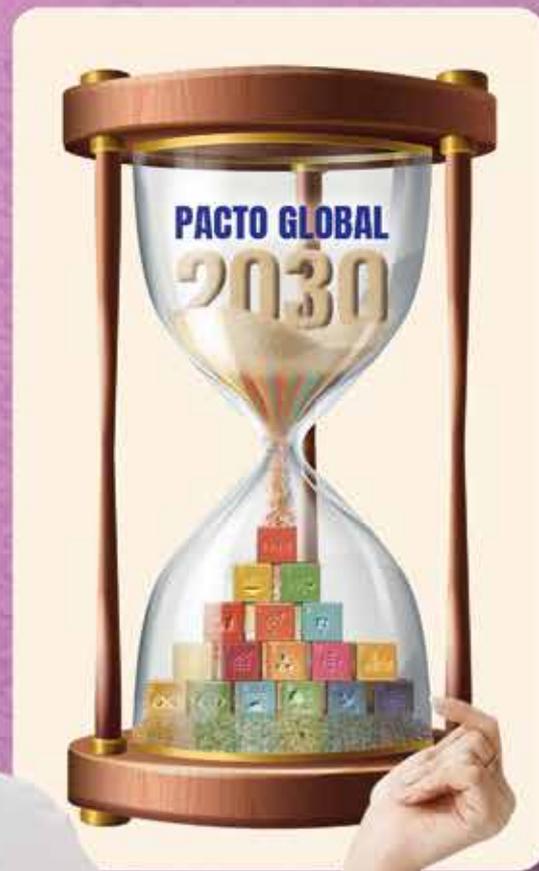
EL NUEVO SIGLO

Responsabilidad Social y Ambiental

Magazines
Especiales EL NUEVO SIGLO

ISSN 2011-5172 / Número 108 / Febrero-abril de 2025

Colombia avanza en el compromiso social y sostenible



www.elnuevosiglo.com.co



Especiales EL NUEVO SIGLO

Edición 108
Febrero-abril de 2025
ISSN 2011-5172

RSA:

Colombia avanza
en el compromiso
social y sostenible

Juan Gabriel Uribe Vegalara
DIRECCIÓN GENERAL

Melany Chiari Caballero
GERENTE

Claudia Minaya
JEFE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

EL NUEVO SIGLO

Calle 25 D Bis No. 101 B - 04
Teléfono: 413 92 00
Bogotá D.C.



Premio
Transformando País 2024
de Grupo Gelsa.

Categoría "Un
Mundo Mejor" por
el compromiso con
una comunicación
responsable.

IA, revolución ambiental

Impacta la cantidad de aplicaciones, investigaciones y conocimiento digital agregado que está produciéndose para proteger la vida y naturaleza en múltiples campos

Uno de los mayores debates en todo el mundo se está dando alrededor de los usos de las herramientas de Inteligencia Artificial (IA), que a partir de la masificación de su acceso años atrás hoy se ha convertido en el principal motor de los avances tecnológicos y el desarrollo de aplicaciones. Con solo una conexión a la red, cualquier persona, sin importar el lugar del planeta en donde se encuentre, puede disponer de un infinito de posibilidades para explorar, inventar, modificar o generar conocimientos, impactando desde la actividad más cotidiana hasta los campos especializados. No en vano, los expertos hablan ya de la "revolución digital del siglo XXI".

Sin embargo, la velocidad con que estos programas de inteligencia regenerativa se están expandiendo ha planteado múltiples alertas en torno a la urgencia de implementar protocolos de gobernanza para garantizar, de un lado, el correcto uso de las aplicaciones y, de otro, que la intervención y criterios humanos no terminen siendo desplazados o anulados por una automatización extrema y evidentemente peligrosa.

Mientras se avanza en pos de una regulación funcional y equilibrada, es clave que la sociedad a nivel global se apropie de cómo la IA puede ser un instrumento muy eficaz para proteger el medio ambiente, combatir los fenómenos antropogénicos que lo depredan y facilitar la adopción de políticas y modelos de desarrollo sostenible y de responsabilidad, tanto desde el rol individual como en el comunitario, público, privado y empresarial.

En la ONU se creó años atrás un Órgano Consultivo sobre IA destinado, entre otros objetivos, a identificar hojas de ruta que permitan aprovechar las herra-

mientas digitales para encontrar soluciones a desafíos comunes. Uno de los flancos en que más se ha trabajado tiene relación, precisamente, con la necesidad de construir y masificar aplicaciones de inteligencia regenerativa que permitan a las poblaciones y sus autoridades acelerar la implementación de actividades y patrones de comportamiento para combatir el cambio climático, cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 y concretar metas de muchos acuerdos, tratados y convenciones que tienen que ver con la conservación y protección de los nodos ecosistémicos de la más distinta índole.

En medio del alud de tráfico de contenidos en las redes sociales y demás plataformas electrónicas es muy factible encontrarse hoy con muchas informaciones sobre el desarrollo de programas, herramientas, estrategias e incluso máquinas que han permitido proteger bosques, salvar fauna, cuidar ríos, hacer más eficiente el reciclaje, combatir la contaminación de reservas naturales, avanzar en nuevos flancos de energías limpias o incluso crear modelos de producción a pequeña, mediana y gran escala más amigables con el ambiente.

Una parte sustancial son gestiones y esfuerzos aislados, claro está. Pero la misma inmediatez con que circula hoy la información permite que puedan ser imitados e incluso mejorados en otras latitudes.

Otro de los campos clave para la utilización de la IA en el cuidado ambiental es el investigativo. Estos programas digitales permiten construir modelos de diagnóstico, cálculo y proyección de resultados que años atrás requerían de grandes grupos de personas y especialistas. Hoy ya se habla de aplicaciones desarrolladas

para analizar escenarios meteorológicos, estudios sobre desertificación, evolución animal, impactos de emisiones contaminantes, predicción de ciclos de cosechas y amenazas, preservación de fuentes hídricas, consecuencias sanitarias o incluso para correr en tiempo récord hipótesis de soluciones a crisis puntuales en materia ambiental. Algunos de esos programas ya son de uso cotidiano, tanto para profesores, estudiantes y funcionarios como para campesinos y personas del común.

Hay proyectos en curso para generar aplicaciones que ayuden en la prevención de catástrofes, identificación de niveles de riesgo, activación de planes de contingencia, alertas de curvas de contaminación en procesos productivos, tendencias de consumo, nortes educativos y hasta en robótica funcional en equipos de socorro o intervención en zonas de alto riesgo... También se están multiplicando los algoritmos sobre carbono-neutralidad, con una gran cantidad de usos y utilidades que urgen ser masificados para que los residentes, gobiernos locales y empresas de las zonas más aisladas puedan tener acceso a ese arsenal de nuevos conocimientos. Esto es vital.

En el campo de la ingeniería urbana se han implementado programas que facilitan los procesos de planificación urbana, gestión del tráfico, manejo de residuos y formulación de planes de ordenamiento territorial para ciudades y poblados más sostenibles y habitables.

La IA, como se ve, es una gran aliada para el cuidado del planeta, el desarrollo sostenible y la responsabilidad social y empresarial. Es un filón infinito de posibilidades que necesita ser apoyado y evolucionado con decisión y criterio, buscando siempre el bien común y la defensa de la vida y la naturaleza. Ese es el reto.

ÍNDICE

CORPORATIVO	4 - 7
SOCIAL	8 - 9
AMBIENTE	10 - 18
GÉNERO	20 - 30
TURISMO	31
NOVEDADES	32
TECNOLOGÍA	34
AGRO	35



Tecnología para un
futuro sostenible

1

Aumentamos en un **92%** el **reciclaje de residuos** de aparatos eléctricos y electrónicos en 2023.*

2

Reducimos nuestro impacto de **huella de carbono** del **17.89% al 9.36%** en menos de dos años.*

3

Realizamos inversiones de casi **1 millón de USD** para mantener y reemplazar equipos que **redujeron la intensidad energética** del 49,22% al 33,84%.*

**Datos del Informe de Sostenibilidad IFX 2023*



Descubre más

Somos el partner tecnológico y sostenible
para las empresas en LATAM

Bancolombia: la empresa con mejor desempeño ASG en Colombia

De acuerdo con el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), Bancolombia es la empresa con mayor responsabilidad ambiental, social y de gobierno corporativo del país, con una calificación de 10.000 de 10.000 puntos posibles.

La medición se basa en 83.360 encuestas a sindicatos, ONG, asociaciones de consumidores, periodistas económicos y analistas financieros, entre otros grupos de interés

Con un primer lugar por sexto año consecutivo, la organización fue evaluada por 15 fuentes de información, lo que incluyó más de 83.360 encuestas a directivos, expertos en responsabilidad social corporativa, analistas financieros, periodistas, sindicatos, organizaciones no gubernamentales y asociaciones de consumidores, entre otros grupos de interés.

La medición, además, contempló entre los criterios de este ranking la transparencia y el

JUAN CARLOS Mora,
presidente de Bancolombia.

buen gobierno, el comportamiento ético, la contribución a la comunidad, la responsabilidad con los empleados y el compromiso con el ambiente y el cambio climático.

Desarrollo sostenible

“Partir de los criterios ASG para el desarrollo de cada una de nuestras acciones garantiza el cumplimiento de nuestro propósito de promover desarrollo sostenible para lograr el bienestar de todos”, expresa Juan Carlos Mora, presidente de Bancolombia.

El directivo agrega que dicha misión implica trabajar en tres frentes: “El fortalecimiento del tejido productivo, acompañando en su crecimiento a los negocios de todos los tamaños y financiando el agro y el desarrollo rural. La creación de entornos con futuro, lo que implica invertir esfuerzos para la construcción de comunidades sostenibles con soluciones de movilidad y vivienda digna. Finalmente, la inclusión de cada vez más personas, para acercar nuestras soluciones financieras a quienes aún no las tienen”.

Algunas de las acciones que materializan esta intención son,

por ejemplo, los \$9,22 billones desembolsados por Bancolombia en 2024 para créditos sostenibles, lo que permitió financiar iniciativas de reconversión tecnológica y economía circular, entre otras. También, los desembolsos por \$5,4 billones para proyectos de movilidad baja en emisiones, energía renovable y sostenibilidad de sectores como el ganadero.

Asimismo, la entidad destaca los más de \$3,8 billones destinados a proyectos de construcción de vivienda y cerca de \$7 billones más en créditos hipotecarios,

con impacto en 50.000 familias que ahora tienen casa propia. En el sector agro, adicionalmente desembolsó créditos por \$13,5 billones.

Finalmente, para Juan Carlos Mora, “este reconocimiento de los colombianos nos alegra, pero también nos recuerda el inmenso reto que tenemos por delante: seguir siendo actores sociales, movilizadores de ideas que mejoren el planeta y promotores del gobierno corporativo como pilar fundamental en la construcción de confianza”.

ES LA sexta ocasión en que Bancolombia recibe el primer lugar en el ranking de Merco ASG.



Según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), el banco es la compañía mejor calificada en materia ambiental, social y de gobierno corporativo



EL BANCO recibió una calificación de 10.000 de 10.000 puntos posibles.



LA GRANJA Solar de Planta Sopó cuenta con 4.626 paneles que suministran un 14% de la energía diurna de la planta.



LA COMPAÑÍA hace recomendaciones sobre ganadería sostenible al 100% de sus fincas directas.

Alpina, la marca que nutre con propósito

Por tercer año consecutivo, fue destacada como la más querida por los colombianos, un reconocimiento a su calidad, innovación y sostenibilidad



A TRAVÉS de alianzas, la empresa ha tejido una red que enfrenta colectivamente los desafíos medioambientales.

5,8% del consumo eléctrico nacional. Por su parte, el Centro de Distribución Galapa autogenera el 21% de su consumo.

Apuesta por la circularidad

Los logros de Alpina en 2024 se extienden a múltiples frentes: desde llevar recomendaciones en ganadería sostenible al 100% de sus fincas directas y donar más de 3.000 árboles para reforestación, hasta mantener su estatus de Carbono Neutralidad por tercer año consecutivo y ahorrar más de 38.000 m³ de agua.

Asimismo, en su apuesta por la circularidad, la compañía centró esfuerzos en el incremento del Índice de Reciclabilidad, que mide aspectos de reincorporación, monomaterialidad y reciclabilidad. Gracias a iniciativas como la migración material de PS a PP, este indicador aumentó de 15% a 51% en tres años.

Adicionalmente, por tercer año consecutivo, se mantiene como una empresa plástico neutro, que recupera y transforma el equivalente al 100% del plástico que pone en el mercado.

“En Alpina, la sostenibilidad no es solo un compromiso, es un camino en constante evolución. Aún hay mucho por hacer, pero creemos que transformar los desafíos en oportunidades es un esfuerzo continuo y queremos seguir recorriendo este camino con determinación y responsabilidad”, concluyó María Clara Calderón, directora ejecutiva de Alpina.

En 2024, Alpina fortaleció su modelo sostenible con energía solar, reciclabilidad y apoyo al campo, lo que reafirma su visión de negocio con impacto positivo

En un mercado donde las marcas compiten no solo por la preferencia, sino por la conexión con consumidores cada vez más exigentes, Alpina fue reconocida por tercer año consecutivo como la marca más amada por los colombianos según Kantar. Ello es el reflejo del esfuerzo conjunto entre sus colaboradores, aliados y comunidades, quienes cada día trabajan por un propósito en común: llevar alimentos de alto valor nutricional, de calidad y con el mejor sabor a todos los rincones de Colombia.

Alpina está comprometida con seguir innovando y contribuyendo a la construcción de un futuro cada vez más sostenible y nutritivo. La compañía constantemente está en la búsqueda de nuevas y mejores formas de producir y distribuir alimentos de alto valor nutricional. Todo esto con una misión clara: encontrar el equilibrio a través de un modelo más sostenible y colaborativo.



Tres pilares

En línea con ese propósito, desde 2018, la compañía materializó su visión en 18 compromisos, enfocados en tres pilares: desarrollo del campo, operación limpia y economía circular. A través de alianzas y una apuesta local, la empresa ha tejido una red que enfrenta colectivamente desafíos que, por su magnitud, no se podrían resolver individualmente; esto refleja que sus propósitos en sostenibilidad no son una meta, sino una filosofía de mejora constante.

El 2024 marcó un hito en la transformación energética de la compañía con la implementación de sus primeros dos proyectos fotovoltaicos, que ahora contribuyen a la autogeneración del 24% de su energía eléctrica. La Granja Solar de Planta Sopó cuenta con 4.626 paneles que suministran entre el 11% y el 14% de la energía diurna de la planta, equivalente al

DESDE 2018, Alpina enfoca sus acciones en tres pilares: desarrollo del campo, operación limpia y economía circular.





EL CAMBIO climático, la fragmentación de hábitats y el aumento de emisiones de gases de efecto invernadero exigen un cambio sistémico.

En un mundo marcado por cambios acelerados y desafíos inesperados, es crucial contar con herramientas que permitan comprender las fuerzas que configuran el presente y el futuro. Por ello, Suramericana, como gestor de tendencias y riesgos, presentó un análisis sobre seis megatendencias que inciden en el desarrollo social y la sostenibilidad, y destacó tres esenciales en responsabilidad social: cambios demográficos,

Comprender estos cambios permite anticiparse a los riesgos y capitalizar oportunidades para el crecimiento y la innovación: Francisca Llano, presidente de Suramericana

planificación urbana y transformación ambiental global.

De acuerdo con esta compañía especializada en la industria de seguros y en la gestión de tendencias y riesgos, los cambios demográficos evidencian que el crecimiento poblacional, la urbanización y el envejecimiento redefinen la estructura social y económica mundial.

Según la ONU, para 2080 las personas mayores de 65 años superarán a las menores de 18, y se estima que, a mediados de siglo, la población alcanzará 10.300 millones. En América Latina, donde la población en edad laboral supera a la dependiente, esta transformación puede impulsar el crecimiento económico y social, siempre que se refuercen la participación laboral femenina, el equilibrio trabajo-familia y la calidad educativa.

Anticiparse a los riesgos

Para Suramericana, la planificación urbana es clave, ya que las ciudades son el epicentro

LA TRANSFORMACIÓN ambiental global es, indiscutiblemente, una de las megatendencias.



LAS URBES enfrentan retos en calidad de vida y sostenibilidad, particularmente en América Latina.



Suramericana presenta las megatendencias que transforman el futuro

La compañía analiza seis áreas para el desarrollo social y la sostenibilidad, con énfasis en cambios demográficos, planificación urbana y dinámica ambiental

de las sociedades contemporáneas, impulsan el desarrollo y concentran políticas públicas de alto impacto.

“Sin embargo, las urbes enfrentan retos en calidad de vida y sostenibilidad, particularmente en América Latina, donde persisten desigualdades, alta informalidad y baja productividad. Por ello, es indispensable una planificación estructurada orientada a la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y el acceso equitativo a recursos urbanos, considerando también su impacto en la salud pública”, señala la compañía en un comunicado de prensa.

La transformación ambiental global también es una megatendencia inmanente, ya que la crisis ecológica causada por el impacto de la actividad humana amenaza la capacidad regenerativa de los ecosistemas. “El cambio climático, la fragmentación de hábitats y el aumento de emisiones de

gases de efecto invernadero exigen un cambio sistémico. Desde los bosques hasta los océanos, los ecosistemas se degradan, alterando los ciclos naturales del agua, los nutrientes y la energía, lo que provoca fenómenos climáticos extremos y afecta la composición del aire, el suelo y el agua”, agrega la compañía.

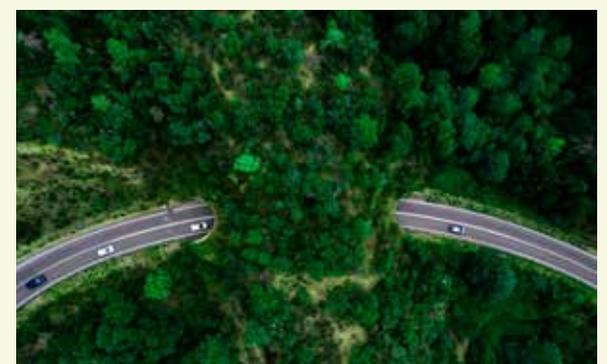
“Estas megatendencias no solo representan desafíos o resaltan complejidades de nuestro futuro, sino más bien son un llamado a tomar las oportunidades estratégicas para construir un futuro más resiliente y sostenible. Comprender estos cambios permite anticiparse a los riesgos y capitalizar oportunidades para el crecimiento y la innovación”, destacó Juana Francisca Llano, presidente de Suramericana.

Para más información sobre el estudio y sus hallazgos, visite <https://suramericana.com/quenos-diferencia/megatendencias/>

SURAMERICANA INVITA a tomar las oportunidades estratégicas para construir un futuro más resiliente y sostenible.



LA PLANIFICACIÓN urbana debe orientarse a la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y el acceso equitativo a recursos urbanos.



Terpel, entre las empresas más sostenibles del mundo



La compañía fue incluida por octavo año en el anuario global de S&P, con una calificación que reafirma su liderazgo en prácticas ASG con un enfoque estratégico e innovador

Terpel fue incluida por octavo año en el anuario global de sostenibilidad de S&P, la publicación más prestigiosa que reconoce las iniciativas ASG con los más altos estándares a nivel mundial. La compañía se ubicó en el 98% de su industria con una calificación histórica de 69 puntos, superando el promedio del sector retail, que es de 48. Este logro refleja la implementación de prácticas destacadas en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza (ASG).

A lo largo del tiempo, Terpel comprendió que la sostenibilidad es un tema transversal en el que todas las áreas están involucradas y su gestión tiene un impacto directo. Desde la junta directiva hasta los roles operativos hacen parte de este compromiso que es sinónimo de crecimiento y desarrollo empresarial.

“Ser una compañía a la vanguardia, con los pies en el presente y la mirada en el futuro”, como señala la organización en un comunicado de prensa, le ha permitido poner la sostenibilidad como eje fundamental en la toma de decisiones y como un elemento estratégico del negocio que responde y se anticipa al entorno. A través de un portafolio diversificado, basado en la oferta de todos los energéticos, uso de nuevas energías, gestión de la huella de carbono y optimización de

recursos, ha mantenido la calidad y el servicio que la caracteriza.

Ecoeficiencia operativa

Entre las acciones clave que han impulsado estos resultados se destaca la ecoeficiencia operativa, enfocada en fomentar iniciativas de economía circular a través de la alianza con Eatcloud y programas de lubricación sostenible como GreenPass, que reflejan la responsabilidad de Terpel por la gestión responsable de los recursos. Con Eatcloud se han aprovechado más de 2.594 kg de alimentos de puntos Altoque que son entregados, con los mejores estándares de seguridad y salubridad, a quienes más lo necesitan.

Así mismo con GreenPass se ha logrado la recolección y reciclaje de más de 41.000 kg de envases de lubricantes, lo cual además de evitar la incorrecta disposición de residuos, incentiva mejores prácticas, promueve la innovación de procesos y genera un modelo sostenible de distribución y manejo de los lubricantes Mobil y Terpel.

Desarrollo del talento

Por otro lado, en materia laboral, la empresa continúa consolidándose como un excelente

Con acciones clave en ecoeficiencia, innovación y talento humano, Terpel fortalece su modelo de negocio sostenible y su impacto positivo en la sociedad

lugar para trabajar, enfocándose en la retención de talento y la atracción de jóvenes profesionales, al considerar a las personas como un pilar clave en su estrategia y toma de decisiones. A través de iniciativas como “Talento Joven”, la compañía apoya el crecimiento y desarrollo profesional de los estudiantes, y fortalece su posicionamiento como una empresa atractiva para las nuevas generaciones. Actualmente, la organización cuenta con 1.589 empleados directos y 5.500 con las compañías filiales y subsidiarias.

Así mismo, a través de la Fundación Terpel, la organización impulsa el desarrollo de su talento con programas como “Mi Futuro Ahora”, un fondo que financian el 80% del valor total de la formación técnica, técnico laboral y tecnológica de los ad-

LA EMPRESA se ha propuesto trascender la distribución de combustibles para acompañar al país en sus metas de equidad, desarrollo y transición energética.



PROGRAMAS COMO “Mi Futuro Ahora”, que financia el 80% del valor de la formación de los colaboradores, impulsan el desarrollo del talento en la organización.

ministradores y promotores de estaciones de servicio, asistentes, anfitriones de Altoque, lubricadores y sus hijos; así mismo, brinda un acompañamiento psicosocial y económico a los beneficiarios hasta su graduación. Gracias a este programa, 351 personas han culminado sus estudios técnicos y tecnológicos, lo que les ha permitido acceder a mejores oportunidades y contribuye al desarrollo del país.

Terpel continúa trabajando en áreas clave como la protección de la biodiversidad en sus espacios, la incorporación de criterios ASG en la selección de proveedores y la gestión de emisiones en el marco de la transición energética. Igualmente avanza en la implementación de soluciones que permitan optimizar su impacto ambiental. La adopción de energías renovables, el desarrollo de combustibles y la digitalización de los procesos son algunas acciones clave para fortalecer su modelo de negocio.

“El modelo de sostenibilidad de Terpel se enmarca en un concepto superior: ser Aliado País, que nace de la profunda convicción de generar impactos positivos en la sociedad y conectarse con las necesidades más apremiantes de Colombia; trascender la distribución de combustibles para acompañar al país en sus metas de equidad, desarrollo y transición energética sostenible”, señala la compañía. Ser parte del anuario global de la sostenibilidad de S&P representa un reconocimiento a su esfuerzo y un estímulo para seguir impulsando un futuro más sostenible.



JUNTO A aliados como el Banco de Alimentos de Bogotá, BBVA entrega ayudas humanitarias a familias afectadas por emergencias.



LOS VOLUNTARIOS BBVA contribuyen a empacar los mercados.



BBVA DONÓ más de 14.000 mercados y kits de aseo en los departamentos y municipios más necesitados del país.

Estamos comprometidos a contribuir con la reducción de las inmensas desigualdades que aún existen en el país: Constanza García, directora de Responsabilidad Corporativa de BBVA

BBVA refuerza su compromiso social ante emergencias en Colombia

A través de alianzas estratégicas, la compañía entregó ayudas humanitarias a más de 56.000 colombianos afectados por crisis climáticas y sociales

Durante 2024 y gracias al trabajo conjunto con el Banco de Alimentos de Bogotá y sus aliados en territorios, así como también a través de la Fundación Solidaridad por Colombia, BBVA apoyó a más de 56.000 colombianos de departamentos como Chocó, La Guajira y Cauca, con ayudas humanitarias que contemplaron mercados y kits de aseo para las familias que se vieron afectadas por emergencias generadas por las fuertes sequías e intensas lluvias que azotaron el país.

Para 2025, la entidad financiera mantiene este programa de inversión social y es por esto que a comienzos de año y debido a la situación que se vive en la zona del Catatumbo en Norte de Santander, BBVA envió 2.700 kits humanitarios para ayudar a igual número de familias, en los municipios de Ocaña, Cúcuta y Tibú.

Con estos kits humanitarios se benefició a más de 10.000 personas que viven en la región del Catatumbo. En Ocaña y Cúcuta, estos kits de ayudas fueron distribuidos a través del Banco de Alimentos de Cúcuta, en albergues y comedores comunitarios que se han dispuesto para atender a las familias que están

llegando desplazadas desde la zona de conflicto.

Adicionalmente, para la región del Chocó la compañía donó 1.000 mercados a familias afectadas por las fuertes lluvias en la zona.

Reducción de desigualdades

“En BBVA somos una entidad comprometida en contribuir a la reducción de las inmensas desigualdades que aún existen en nuestro país. Todas estas iniciativas son una forma de ver nuestra operación mucho más allá de la financiación. Solidarizarnos con estas comunidades nos ayuda a crecer como seres humanos, ya que es el equipo de Voluntarios

BBVA quienes ayudan a empacar los mercados”, explicó Constanza García, directora de Responsabilidad Corporativa de BBVA.

El padre Daniel Saldarriaga, director del Banco de Alimentos de Bogotá, aseguró que “nuestro trabajo estos días es reconocer que hay unos que la están pasando mal, pero somos muchos más los que podemos ayudar. Ojalá podamos ser generosos y sentir en el corazón que estamos haciendo algo especial por los que más necesitan”.



ESTAS INICIATIVAS reflejan cómo el banco concibe su operación más allá de la financiación.



EN 2025, la entidad ha entregado ayudas en Norte de Santander y Chocó.

Este año, Colombia fue el epicentro de la lucha continental contra el hambre. The Global FoodBanking Network (GFN) y la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO) realizaron al Encuentro Regional de Bancos de Alimentos de América Latina 2025. Este evento reunió a cientos de representantes de bancos de alimentos de Latinoamérica y el Caribe para compartir experiencias y mejores prácticas en su labor de reducción de la inseguridad alimentaria y minimización del desperdicio de alimentos y sus impactos ambientales.

En el evento participaron los 19 bancos de alimentos y redes de bancos de alimentos de América Latina y el Caribe que forman parte de The Global FoodBanking Network, la red mundial de bancos de alimentos.

Cifras alarmantes

En Latinoamérica, 188 millones de personas padecen inseguridad alimentaria. En nuestro país, 19,2 millones de personas tienen un consumo insuficiente de alimentos. Guatemala, Honduras, Ecuador y Panamá presentan las prevalencias más altas de desnutrición crónica infantil. Colombia, Panamá, Honduras y Costa Rica, por su parte, tienen los costos más altos de dieta saludable, lo que dificulta el acceso a alimentación a millones de personas de escasos recursos económicos. En 2023, estos bancos distribuyeron 292 millones de kilogramos de alimentos a más de 8 millones de personas en América Latina y el Caribe. En un contexto de incertidumbre en el comercio global, reducción de la ayuda internacional e impacto creciente del cambio climático, los bancos de alimentos entienden que su labor es más crucial que nunca.

“Todos estamos unidos por la misma misión: recuperar alimentos seguros y nutritivos antes de que se desperdicien y entre-

Bancos de alimentos: aliados clave en el combate al hambre

Colombia fue el epicentro de una discusión continental sobre experiencias y mejores prácticas para reducir la inseguridad alimentaria y minimizar el desperdicio de comida



EN EL evento participaron los 19 bancos de alimentos y redes de bancos de alimentos de América Latina y el Caribe.

garlos a quienes más los necesitan. Estos espacios de intercambio de conocimientos son experiencias invaluable que ayudan a los bancos de alimentos a mejorar sus procesos y fortalecer su papel como una solución altamente efectiva para alimentar a los más vulnerables y proteger nuestro planeta al mismo tiempo”, afirmó Lisa Moon, presidenta y CEO de The Global FoodBanking Network. “Ya sea un banco

En Latinoamérica, 188 millones de personas padecen inseguridad alimentaria. En nuestro país, 19,2 millones de personas tienen un consumo insuficiente de alimentos

de alimentos con décadas de experiencia o uno que apenas comienza, todos tienen algo que aprender y algo que enseñar”, agregó.

Desafío complejo

“La inseguridad alimentaria sigue siendo un desafío urgente y complejo que exige un compromiso conjunto”, afirmó, por su parte, Juan Carlos Buitrago, director ejecutivo de ABACO, la red de 26 bancos de alimentos en Colombia.

“Los bancos de alimentos juegan un papel primordial en la lucha contra el hambre y la malnutrición. En nuestro país, en 2024, la labor de los bancos de alimentos nos permitió entregar más de 48.000 toneladas de alimentos y

rescatar más de 10.000 toneladas de excedentes agrícolas, lo que refleja el esfuerzo incansable de ABACO. Sin embargo, aún queda un largo camino por recorrer. Por eso, hacemos un llamado a todos los sectores para que sigamos compartiendo aprendizajes, fortaleciendo capacidades y desarrollando soluciones sostenibles que nos acerquen al objetivo de un futuro sin hambre”, dijo Buitrago.

Los bancos de alimentos de la región discutieron temas clave como:

- Recuperación agrícola, es decir, la recolección de productos altamente nutritivos directamente desde los campos y su impacto en la mejora nutricional de los beneficiarios.

- Innovación y tecnología, incluyendo plataformas virtuales de bancos de alimentos que permiten conectar donantes directamente con organizaciones beneficiarias.

- Adaptación a la incertidumbre global, especialmente frente a cambios en aranceles y recortes drásticos en la ayuda internacional y cómo los bancos de alimentos pueden apoyar a los más vulnerables.

Los bancos de alimentos ofrecen una solución tanto al hambre crónica como a la crisis climática. GFN apoya a socios en más de 50 países para redirigir excedentes de alimentos saludables hacia quienes los necesitan.



THE GLOBAL FoodBanking Network y la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia discutieron temas clave, como la innovación y la incertidumbre global.



PRODUCIMOS ENERGÍA LIMPIA REDUCIENDO LA HUELLA HÍDRICA

www.gasd-uno.com.co



PEDIDOS
© +57 312 5666097



LA TASA media anual de deforestación en Colombia es de 170 mil hectáreas del bosque natural.



SEGÚN FEDEMADERAS, la política pública integral debe multiplicar por diez las áreas de bosques plantados bajo altos estándares silviculturales.

Dendroenergía: vital para frenar la deforestación y la huella de carbono

De acuerdo con Fedemaderas, para que Colombia reduzca sus emisiones en 51% al 2030, es necesario fomentar los bosques plantados y su aporte a la transición energética

Con la dendroenergía, la matriz energética nacional podría pasar del 0,05% al 5%, si se multiplican los cultivos forestales y se generan condiciones favorables para la inversión

En 2020, Colombia anunció su meta para reducir en 51% las emisiones de gases efecto invernadero al 2030, lo que equivale a emisiones no superiores a 169 millones de toneladas de CO₂. Llegar a dicha meta, entre otros aspectos, implica tasas de deforestación inferiores a 50 mil hectáreas anuales, pero en contraste, el Ministerio de Ambiente publicó las cifras al 2024, donde se evidencia un aumento respecto de 2023, para completar 107 mil hectáreas deforestadas.

La Federación Nacional de Industriales de la Madera (Fedemaderas) ha defendido, desde hace varios meses, la necesidad de que exista una política de Estado con visión integral y multitransversal, que involucre varios sectores económicos, para detener no solo la tendencia cíclica que, desde este siglo, colocó una tasa media anual



JUAN MIGUEL Vásquez, director ejecutivo de Fedemaderas.

yectos en la Orinoquía colombiana ya evidencian su potencial, especialmente con plantaciones de eucalipto. Estas pueden aprovecharse en solo tres años y, mediante procesos como la pirólisis, convertirse en energía firme. Su uso beneficiaría tanto la matriz energética nacional como los procesos industriales privados que hoy operan bajo calderas que dependen de fuentes no renovables.

De acuerdo con Vásquez, para alcanzar un impacto considerable, la política pública integral se debe concentrar en multiplicar por diez las áreas de bosques plantados bajo altos estándares silviculturales, pues es a través de estos cultivos de plantaciones forestales comerciales, que se ejerce menor presión al bosque natural y, por ende, se crean condiciones menos atractivas para la deforestación, así como mayores oportunidades desde lo económico para empresarios de todo tamaño.

Así, descarbonizar la economía mediante la dendroenergía, implica que su aporte pase del 0,05% al 5% en la matriz energética nacional, lo cual es posible sí y solo sí la proveeduría de cultivos se multiplica. “Mejorar la certidumbre para inversiones de mediano y largo plazo para la propiedad de la tierra y para la articulación entre leyes, incentivos y el desarrollo de clústeres en las regiones, son todas condiciones que exigen compromiso y seriedad del Estado colombiano”, asegura el gremio.

de deforestación de 170 mil hectáreas del bosque natural, sino además dinamizar una estrategia económica, social y ambiental que ejerza menor presión a los causantes de este flagelo.

Producción de biomasa forestal

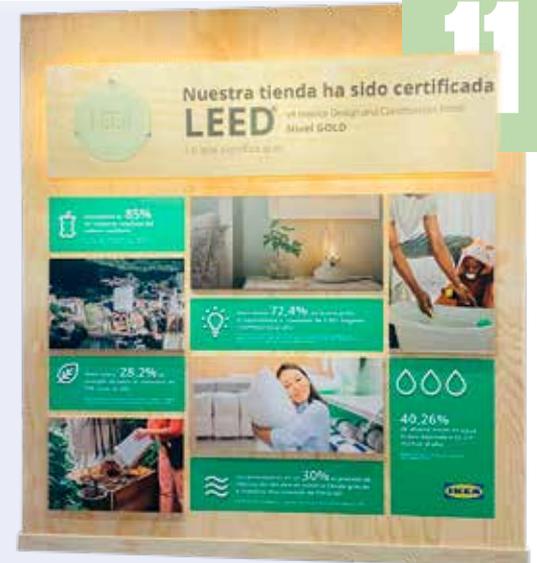
Según Juan Miguel Vásquez, director ejecutivo de Fedemaderas, es propiciar las condiciones de mercado para crear clústeres de dendroenergía, relacionada con la producción de biomasa forestal desde el bosque plantado. Algunos pro-

PARA ALCANZAR la meta de descarbonización en el país se deben lograr tasas de deforestación inferiores a 50 mil hectáreas anuales.





EN TÉRMINOS
de innovación,
a nivel mundial
la compañía
lanzará productos
disruptivos.



EN EL 2024, la tienda ubicada en Mallplaza NQS, Bogotá, alcanzó la Certificación LEED® Gold en la categoría de Interior Design and Construction.

IKEA impulsa la sostenibilidad global

Con certificaciones ambientales, productos sostenibles y apoyo a emprendedores, la marca sueca refuerza su compromiso con el planeta y las comunidades

IKEA, la marca sueca de muebles y artículos de decoración, continúa liderando el camino hacia un futuro más sostenible. Con cada acción, demuestra que es posible proteger el planeta mientras transforma la calidad de vida de millones de personas, respaldada por una sólida propuesta de valor.

En su reporte anual de sostenibilidad para el 2024, la compañía destaca avances significativos en accesibilidad, sostenibilidad y asequibilidad, lo que reafirma su propósito de mejorar la vida cotidiana para la mayoría de las personas.

Avances globales

En el informe se aborda que, a nivel mundial, IKEA redujo sus emisiones totales de gases de efecto invernadero en un 5% respecto al año anterior y un 28% en comparación con la línea base del 2016. Este logro se atribuye al incremento del uso de energía renovable, la eficiencia

energética y la electrificación del transporte. Además, sus objetivos climáticos fortalecidos fueron validados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

En términos de innovación, a nivel global la compañía lanzó productos disruptivos como el sofá DÅNHULT, fabricado con fieltro termosoldado a partir de residuos textiles, y realizó inversiones en proyectos como Nor-dic SeaFarm, que explora el uso de algas marinas como alternativa sostenible a los polímeros sintéticos.

En el ámbito social, la marca fortaleció su código de conducta para proveedores (IWAY), incorporando estándares más estrictos para mejorar los derechos de los trabajadores marítimos y el bienestar animal. También amplió su oferta de alimentos basados en plantas y redujo el consumo de plásticos mediante soluciones innovadoras, como el reemplazo de bolsas plásticas en los empaques de muebles por opciones de papel, reduciendo 1.400 toneladas de plástico anuales.

“El cambio comienza con acciones tangibles aquí y ahora. Sabemos que tenemos la responsabilidad y la oportunidad de liderar cambios sistémicos en nuestra cadena de

valor y en las comunidades donde operamos”, señaló Jon Abrahamsson Ring, CEO de Inter IKEA Group, en la Introduction Letter del reporte anual del 2024.

Logros en Colombia

En el país, IKEA refuerza su compromiso con el medio ambiente, la innovación y el impacto social mediante acciones concretas que benefician a las comunidades locales.

En el 2024, la tienda IKEA en Mallplaza NQS, Bogotá, alcanzó la Certificación LEED® Gold en la categoría de Interior Design and Construction (ID+C), un hito que refleja el enfoque de la compañía en la sostenibilidad desde el diseño hasta la operación. Este logro incluyó: 40% de ahorro en consumo de agua, equivalente a 91 duchas diarias; 28% de ahorro en energía, similar al consumo de 123 casas en un año, y 72% de ahorro en iluminación, equivalente al consumo de 2.369 hogares al año.

Además, se priorizó la calidad del ambiente interior con avanzados sistemas de ventilación y filtración, asegurando un espacio saludable para clientes y empleados. Este compromiso también abarca las tiendas de Cali y Envigado, cuyas certificaciones están en proceso.

“Alcanzar esta certificación rea-

En su reporte anual de sostenibilidad para el 2024, IKEA destaca avances significativos en accesibilidad, sustentabilidad y asequibilidad



JON ABRAHAMSSON
Ring, CEO de
Inter IKEA
Group.

firma nuestro compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Este logro nos llena de orgullo y refuerza nuestra visión de crear un impacto positivo en Colombia”, afirmó Luisa Ortiz Salazar, coordinadora de Sostenibilidad de IKEA Chile, Colombia y Perú.

Desde 2020, IKEA Social Entrepreneurship y NESST han impulsado 17 empresas sociales en América Latina, y han generado más de 1.500 empleos en comunidades vulnerables. En Colombia, siete emprendimientos fueron seleccionados en 2024 para recibir apoyo, entre ellas iniciativas como Hilo Sagrado, Amazónico y Asoprocegua, que promueven sostenibilidad e igualdad de género. Además, la marca participó en la COP16 en Cali, reafirmando su compromiso con la biodiversidad y el rol del sector privado en el desarrollo sostenible.

Con cada acción, IKEA reafirma su propósito de liderar con el ejemplo, integrando innovación, sostenibilidad y un compromiso genuino con las comunidades. Como expresó Abrahamsson Ring: “Este no es el momento de ralentizar, sino de intensificar nuestros esfuerzos hacia un impacto positivo y duradero”.

DESDE 2020,
IKEA Social
Entrepreneurship
y NESST han
impulsado siete
emprendimientos
en Colombia, entre
ellos Hilo Sagrado.



LOS LÍDERES y representantes de marcas llegaron como desconocidos y rivales comerciales, pero se unieron por un objetivo común.



Marcas rivales se unen para sembrar frailejones junto a Inter Rapidísimo

Competidores tradicionales dejaron de lado sus diferencias comerciales para reforestar el Páramo de Ocetá, iniciativa que refuerza el compromiso con la conservación ambiental

Hace un año nació *Guardianes del Páramo*, un movimiento iniciado por Inter Rapidísimo para contrarrestar el daño causado por los incendios que arrasaron cerros y páramos a inicios de 2024. Más de 14.000 voluntarios respondieron a la convocatoria inicial y, con el acompañamiento de biólogos expertos y campesinos de la región, sembraron los primeros 500 frailejones de un total proyectado de 2.000.

Rivales en el mercado, aliados por la naturaleza: más de 25 empresas se unieron en un esfuerzo para proteger uno de los ecosistemas más emblemáticos del país

Este año, nuevos incendios volvieron a amenazar los páramos, y en Inter Rapidísimo la emergencia se asumió como un llamado a la acción. Así nació una segunda convocatoria de *Guardianes del Páramo*, esta vez con un desafío inédito: reunir a líderes y representantes de marcas que, aunque tradicionalmente son rivales comerciales, aceptaron unirse en favor de una causa mayor.

Bajo el lema: “El páramo nos une”, Inter Rapidísimo logró la asistencia de marcas como: Cara-

col, RCN, Claro, Movistar, DHL, Deprija, Ramo, Pepsico, Taxis Libres, Picap, Grupo Aval, Banco Falabella, Rappi, Amazon, Pixbox, Blu Radio, Olímpica Stéreo, Autogermana, Land Rover, Jaguar, Citroen, Suzuki, GWM y Columbia, quienes, sin importar sus colores, diferencias o segmentos, se unieron en un acto noble en el que sembraron frailejones por el páramo.

500 nuevos frailejones

Estos líderes y representantes de marcas que llegaron como desconocidos y rivales comerciales, se unieron a través de una experiencia basada en la introspección y la búsqueda de un objetivo común. Caminaron por horas, sudaron y se esforzaron con todas sus energías, para llevar a cabo la siembra de 500 nuevos frailejones que ahora reposan en el Páramo de Ocetá, uno de los más hermosos del mundo.

Este enriquecimiento vegetal, que fue basado en un completo estudio de suelos y llevado a cabo gracias a un plan de siembra detallado, se logró bajo el estricto con-



INTER RAPIDÍSIMO convocó a las empresas del país bajo el lema: “El páramo nos une”.

trol y cuidadoso acompañamiento de entidades como Corpoboyacá, la Alcaldía de Mongua y el biólogo experto Carlos Pérez, graduado de la UPTC de Tunja, con más de 16 años de trayectoria y coautor del plan de manejo de áreas protegidas de Corpoboyacá.

Precisamente, el biólogo Carlos Pérez destacó la importancia de las acciones que han venido realizando para la conservación de la especie: “Tenemos una propuesta que nadie ha hecho y es colocarle

una estructura a cada uno de los individuos (frailejones) para evitar el contacto directo con las inclemencias del clima”.

Por su parte, Miguel Serrano, alcalde de Mongua, destacó cómo este programa aporta al ecosistema: “Esta siembra a futuro va a ser muy importante porque hará que el páramo crezca y que la reserva hídrica natural se conserve”. Asimismo, Hugo Díaz, coordinador de planeación de sistemas de Corpoboyacá, comentó que “este piloto, que se viene adelantando con Inter Rapidísimo, en conjunto con la autoridad ambiental y el municipio de Mongua, implementa acciones que permitirán la conservación del Páramo de Ocetá”.

Este plan de manejo de siembra fue diseñado con técnicas eficientes que aseguran una logística responsable y no produce daños ecosistémicos. Además, el material vegetal con el que se enriquecerá el páramo fue obtenido a través de un método de germinación en un vivero de alta montaña, único en el mundo con permiso del ICA.

Bia

Energía renovable para un planeta verde.

¡Tu nuevo proveedor de energía!



Lo que no se mide, no se controla.

Por eso el mejor kilovatio, es el que no se consume.

*Los REC s certifican que el total de la energía demanda por tu compañía está siendo generada en un proyecto de energía renovable.

Ingresa a: ✓

www.bia.app





UNIAGRARIA
LA U VERDE DE COLOMBIA

Con Uniagraria **realizas tus sueños**

PREGRADO

Programa de Ingeniería Ambiental
Código SNIES: 107463 (Bogotá presencial)

Programa de Ingeniería Agroindustrial
Código SNIES: 53702 (Bogotá presencial)

Programa de Ingeniería Industrial
Código SNIES: 9502 (Bogotá presencial)

Programa de Ingeniería de Alimentos
Código SNIES: 1884 (Bogotá presencial)

Programa de Ingeniería Civil
Código SNIES: 1883 (Facatativá - Bogotá presencial)

Programa de Ingeniería Mecatrónica
Código SNIES: 54194 (Facatativá - Bogotá presencial)

Programa de Medicina Veterinaria
Código SNIES: 101816 (Bogotá presencial)

Programa de Zootecnia
Código SNIES: 1881 (Bogotá presencial)

Programa de Contaduría Pública
Código SNIES: 12806 (Bogotá presencial)

Programa de Derecho
Código SNIES: 2693 (Facatativá - Bogotá presencial)

POSGRADO

Especialización en Responsabilidad Ambiental y Sostenibilidad
Código SNIES: 106323 (Bogotá Presencial)

Especialización en Gestión de Agronegocios
Código SNIES: 105017 (Virtual)

Especialización en Legislación Rural y Ordenamiento Territorial
Registro Único Resolución 12168 MEN (Presencial - Virtual)

Especialización en Sistemas de Gestión Integrada de la Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos Laborales
Código SNIES: 2863 (Bogotá Presencial)

Especialización en Seguridad Industrial, Higiene y Gestión Ambiental
Código SNIES: 5133 (Bogotá Presencial)

Especialización en Bienestar Animal y Etología
Código SNIES: 106254 (Virtual)

Especialización en Salud Pública Veterinaria
Código SNIES: 108330 (Virtual)

Especialización en Educación en Contextos rurales
Código SNIES: 108329 (Virtual)

Maestría en Ingeniería
Código SNIES: 107177 (Bogotá Presencial)

#SOYUNIAGRARIA

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Contáctanos:



www.uniagraria.edu.co

Sede Bogotá Calle 170 # 54a – 10
PBX: 667 1515 ☎ 313 423 0649

Sede Facatativá Carrera 2 # 4- 21
PBX: 890 0737 ☎ 321 252 6461



UNIAGRARIA
LA U VERDE DE COLOMBIA



Energía renovable: el motor del futuro sostenible en Colombia

El país avanza hacia su meta de cubrir el 70% de su demanda energética con fuentes limpias para 2030, con empresas que lideran la transición

Gracias a 90 paneles solares, D'Luchi, Kaba y La Receta, marcas creadas por la emprendedora Luisa Chimá, evitan la emisión de 53,2 toneladas de CO2 al año

Colombia avanza con firmeza hacia la sostenibilidad, con la meta de cubrir el 70% de su demanda energética con fuentes renovables para 2030. Como parte de este compromiso, el país planea aportar 4 GW de energía limpia a su matriz, con un enfoque especial en la solar, una alternativa de alto potencial gracias a su ubicación privilegiada cerca del ecuador, según un informe de Mordor Intelligence.

En este camino hacia un futuro más verde, empresas colombianas están liderando la transición energética con ejemplos de innovación empresarial. D'Luchi, Kaba y La Receta, marcas creadas por la emprendedora Luisa Chimá, se han sumado con decisión a la revolución verde mediante la instalación de un sistema de paneles solares que cubre el 100% de la demanda energética de sus operaciones.

Gracias a la instalación de 90 paneles solares, estas empresas han logrado una notable reducción de su huella de carbono, evitando la emisión de 53,2 toneladas de CO2 al año, lo que equivale a lo que producen 11 vehículos de pasajeros en todo un año, o a más de 2.600 árboles absorbiendo CO2 durante ese mismo tiempo. Este paso es solo una parte de

su estrategia integral de responsabilidad ambiental, que también incluye el uso de envases biodegradables y la reutilización de aguas tratadas en sus unidades sanitarias.

Referentes para el país

“Llevábamos mucho tiempo buscando hacerlo realidad y este momento fue el perfecto para materializarlo. Tener nuestra propia planta, laboratorio y equipo administrativo nos permitió dar el paso hacia una energía más limpia y responsable con el medio ambiente”, señala Chimá, quien ha transformado sus marcas en referentes de sostenibilidad en el país.

La apuesta de estas empresas no es solo un gesto de compromiso con el medio ambiente, sino una respuesta urgente a los retos globales del cambio climático. En un país que está viviendo un momento crucial en su desarrollo sostenible, iniciativas como estas demuestran que un modelo de negocios más ecológico no solo



A TRAVÉS de un sistema de paneles solares, estas empresas cubren el 100% de la demanda energética de sus operaciones.

es posible, sino que ya está tomando forma en Colombia. Apostar por la sostenibilidad no solo es un acto responsable, sino también una oportunidad para crear un futuro más justo y verde para todos.

LA INSTALACIÓN de paneles solares es solo una parte de la estrategia integral de responsabilidad ambiental de las organizaciones.



LA APUESTA no es solo un gesto de compromiso con el medio ambiente, sino una respuesta urgente a los retos globales del cambio climático.

Guardianas de los océanos: la urgencia de proteger a las ballenas

Estos gigantes marinos desempeñan un papel clave en el equilibrio marítimo. Sin embargo, amenazas como la pesca intensiva y la contaminación ponen en riesgo su supervivencia

La organización ambientalista Greenpeace destacó la importancia que tienen las ballenas en la salud de los océanos y elevó la urgencia sobre su protección ante diversas amenazas actuales, como la pesca intensiva y la contaminación.

La organización ambientalista recordó que el Día Mundial de las Ballenas, que se conmemora cada 19 de febrero desde 1980, surgió como una propuesta del fundador de la Pacific Whale Foundation, Greg Kauffman, para tomar conciencia sobre el peligro de extinción de las ballenas jorobadas que viven frente a la costa de Maui, en Hawái. Sin embargo, la fecha se instaló como una oportunidad para remarcar la importancia de todas las ballenas que habitan en los océanos de nuestro planeta.

“Para que las ballenas, los mamíferos marinos más grandes que existen, estén a salvo, necesitamos océanos saludables. Actualmente, estas especies corren diversos riesgos producto del impacto del cambio climático y del accionar humano. Los océanos están expuestos por la pesca intensiva, la búsqueda de hidrocarburos y la contaminación con materiales tóxicos, entre ellos, vertidos de petróleo, productos químicos, residuos plásticos e industriales, lo cual representa una amenaza para las ballenas y otras especies marinas”, sostuvo Matías Arrigazzi, especialista en biodiversidad de Greenpeace Andino.

Los riesgos que enfrentan

Greenpeace sostiene que la salud de las ballenas es un reflejo de ecosistemas saludables, por lo que es fundamental asegurar su protección y bienestar.

“La pesca intensiva no solo provoca una merma en la población de peces y crustáceos, sino que además reduce considerablemente la cantidad de alimento al que las ballenas pueden acceder. Por otro lado, los choques con embarcaciones o enmallamientos, que pueden provocar su muerte, son otros riesgos que los cetáceos sufren”, agregó Arrigazzi. “A esto se le suma la contaminación acústica

producto de actividades como la exploración sísmica, lo que impacta directamente en el comportamiento y la salud de las ballenas para comunicarse, alimentarse y habitar los océanos”.

Greenpeace lleva adelante campañas para la protección de las ballenas desde sus orígenes, cuando la caza comercial las estaba llevando a un punto crítico de su supervivencia. Pese a que la captura de estos cetáceos está prohibida desde 1986, cuando entró en vigencia una moratoria mundial sobre la caza de ballenas, Japón, Islandia y Noruega continuaron con las capturas bajo la implementación de un falso programa científico.

“Ingenieras” de sus ecosistemas

- Las ballenas son “ingenieras” de los ecosistemas que habitan y los mantienen en equilibrio.
- Son especies que tienen un importante rol en la estructura y la dinámica del ecosistema. Al ser animales de gran tamaño y depredar a sus presas afectan el ciclo de nutrientes. Además, almacenan grandes cantidades de carbono directamente en sus cuerpos, y sus fecas pueden estimular el crecimiento de fitoplancton, que se transforma en alimento de miles de especies en el océano.
- Las ballenas, además, actúan como indicadores de su entorno y pueden entregar alertas tempranas sobre posibles cambios en los ecosistemas.
- La gran mayoría de las ballenas son migratorias, y se mueven desde sectores de alimentación a sectores de crianza.



LAS BALLENAS pueden entregar alertas tempranas sobre posibles cambios en los ecosistemas.



LA CAPTURA de estos cetáceos está prohibida en el mundo desde 1986.
Fotos: Paul Hilton - Greenpeace



PARA LA compañía, la sostenibilidad es un compromiso continuo que requiere innovación, transparencia y colaboración.



Haleon Colombia logra su certificación de carbono neutro

Con una reducción de 196 toneladas de CO₂e, que equivalen a la plantación de unos 6.549 árboles, la compañía demostró su compromiso con la sostenibilidad

Cada vez son más las empresas que se preocupan por su impacto ambiental y que toman medidas que demuestran su interés por reducir su huella de carbono. De acuerdo con la ONU, las emisiones globales de gases de efecto invernadero deben reducirse en un 45% para 2030 con el fin de evitar los peores efectos del cambio climático. Así, las industrias están dedicando esfuerzos en varios frentes: desde la optimización de procesos hasta la inversión en economía circular y la reforestación, sumándose a este compromiso y adoptando un rol clave en la lucha contra el cambio climático.

En este contexto, Haleon, compañía líder en productos de consumo para el autocuidado, con marcas reconocidas como Dolex, Advil, Centrum, Sensodyne, entre otras, ha alcanzado un hito significativo al lograr la certificación de carbono neutro, una de las más prestigiosas en el ámbito de la sostenibilidad, que reconoce la capacidad de la empresa para equilibrar las emisiones de gases de efecto invernadero que genera con las mismas emisiones que ha reducido o compensado.

“Nos entusiasma compartir este reconocimiento. Más que esfuerzos dedicados a una meta única, refleja nuestro compromiso continuo con la sostenibilidad y representa un paso en nuestro esfuerzo por reducir el impacto ambiental y fomentar prácticas responsables. Con el respaldo de Icontec, reafirmamos nuestra apuesta por un futuro más sostenible”, dijo Antonio Hernández, presidente de Haleon para Colombia y Perú.

Rol clave en la transición

En 2024, la compañía logró reducir su huella de carbono en 196 toneladas de CO₂e, un esfuerzo equivalente a la plantación de 6,549 árboles, e implementó proyectos clave como la economía circular y la gestión eficiente de residuos. Además, Haleon ha invertido en iniciativas de reforestación en comunidades vulnerables de Colombia para compensar las emisiones restantes. Estas acciones no solo ayudan a mitigar el cambio climático, sino que también fomentan la cooperación y el apoyo a las comunidades locales, lo que fortalece la relación entre la empresa y su entorno.

Las empresas, especialmente en sectores industriales y de consumo masivo, juegan un rol clave en esta transición. La certificación de carbono neutro es un paso fundamental hacia un futuro más verde, pero no es un fin, sino un proceso que involucra

estrategias constantes de reducción y compensación. En línea con este compromiso, Haleon también está trabajando arduamente en otras de sus plantas, como las de Panamá y Brasil, para obtener certificaciones similares, con el objetivo de reducir sus emisiones netas de carbono de alcance 1 y 2 para 2030 a nivel global. Para lograrlo, la compañía implementará acciones como la electrificación de su flota vehicular, la reducción del consumo energético y el impulso de programas de gestión y eficiencia energética.

Acciones inspiradoras

Para llegar a la certificación de carbono neutro en Colombia, Haleon implementó una serie de medidas específicas.

Cuantificación de emisiones: a través de un inventario

exhaustivo de las emisiones de gases de efecto invernadero, atendiendo la norma ISO 14064-1:2018, identificó áreas clave para la reducción.

Reducción de emisiones, mediante la optimización de procesos internos y la adopción de prácticas sostenibles, que contribuyen a reducir el impacto y la huella.

Compensación de emisiones: invirtió en proyectos de reforestación

en comunidades vulnerables, con un enfoque de valor social y ambiental.

Verificación externa, con la participación de Icontec, para garantizar la precisión y transparencia del proceso, asegurando que las acciones de reducción y compensación son verificadas y certificadas bajo estándares internacionales.

“El reconocimiento de Haleon demuestra el compromiso que tenemos en Colombia y la importancia

de las acciones de sostenibilidad dentro de la industria. Entendemos que la sostenibilidad es un compromiso continuo que requiere innovación, transparencia y colaboración. Seguiremos avanzando con estrategias que reduzcan nuestro impacto ambiental y contribuyan a un futuro más verde para todos”, afirmó Eduardo Fontani-

lla, director de Medio Ambiente, Salud, Seguridad y Bienestar de la compañía, quien además reflexionó sobre cómo esta certificación es un ejemplo e inspiración para que otras compañías se sumen. “No se trata solo de reducir nuestro impacto ambiental, sino de promover una cultura de transparencia, innovación y colaboración hacia un futuro más sostenible”.

Según la ONU, las emisiones globales deben reducirse al menos en un 45% para 2030, un desafío en el que las empresas de consumo masivo e industriales tienen un rol clave

LAS ACCIONES de la empresa fomentan la cooperación y el apoyo a las comunidades locales, lo que fortalece su relación con el entorno.





15.000 hectáreas de páramo protegidas

en Santurbán, Guerrero y
Chingaza a través de nuestro
programa miPáramo



Falabella, una verdadera apuesta por la moda sostenible

Desde 2022, la marca ha promovido la economía circular y el consumo responsable en Colombia, mediante la recolección de más de 20.500 prendas



LA TIENDA
abandera el lema: “Transformar el consumo de moda es transformar el futuro”.



propio buzón, lo que promueve una cultura de consumo responsable y contribuye a la sostenibilidad del planeta. Con el lema: “Transformar el consumo de moda es transformar el futuro”, Falabella reafirma su firme interés de contribuir con el desarrollo local y la sostenibilidad, visibilizando el talento colombiano y fortaleciendo el ecosistema de moda nacional.

Conforme a su vocación de ofrecer la mejor experiencia de compra en todo momento, Falabella constituye la red de comercialización omnicanal enfocada en moda, tecnología y hogar más importante de Sudamérica. Pionera en e-commerce desde el año 2000, actualmente sus sitios web reciben 1,6 millones de visitas cada día. Además, sus operaciones, que suman 108 tiendas en Chile, Perú y Colombia, dan empleo a más de 30.000 colaboradores en la región. El retail sigue reafirmando su compromiso con el desarrollo local y la sostenibilidad, visibilizando el talento colombiano y fortaleciendo el ecosistema de moda nacional. Su misión es ser una plataforma que contribuye al crecimiento de artistas y emprendimientos del país, ofreciendo moda y experiencias únicas que resuenen con la juventud y fomenten un consumo más responsable y sostenible.

Cada una de las 25 tiendas de Falabella en Colombia cuenta con buzones para ropa usada, lo que asegura su reutilización o transformación en nuevos productos

En un mundo donde el consumo de ropa ha aumentado significativamente, Falabella Retail Colombia se ha comprometido a promover la sostenibilidad y el consumo responsable. Su estrategia de sostenibilidad se basa en tres pilares fundamentales: + Verde, Desarrollo local y Talento y cultura ágil. A través de estos frentes estratégicos, la empresa busca ser sostenible en el tiempo y aportar concretamente a sus distintos grupos de interés, desde la esencia de su negocio.

Falabella reafirma su compromiso con el cuidado del planeta. En un comunicado de prensa, destaca cómo ha emprendido acciones conscientes y transversales que reducen significativamente el impacto ambiental, mediante la definición de pilares que le permiten tener una operación más verde: marcas conscientes, operaciones sustentables y economía circular.

Esta estrategia está respaldada por los estándares de la norma internacional ISO 14001. El enfoque en sostenibilidad le permitió ser carbononeutral en 2024, por quinto año consecutivo, compensando 21.655 emisiones de GEI. Además, cuenta con más de 20 certificaciones en materiales sustentables y consiguió reducir, valorizar y aprovechar el 86% de los residuos generados en sus instalaciones en 2023.

Consumo responsable

Como empresa, entiende la importancia de cuidar el entorno desde su operación. Por ello, fortalece protocolos e implementa acciones que disminuyen su impacto ambiental. Fomenta el consumo responsable en la moda, impulsando la economía circular tanto para la empresa como para sus clientes. Una de sus iniciativas más destacadas son los buzones de ropa usada, disponibles en todas sus tiendas a nivel nacional. Estos buzones permiten a los clientes llevar la ropa que ya no usan, asegurando su correcta disposición. En colaboración con la Corporación Minuto de Dios, la ropa recolectada se dona a población vulnerable o se convierte en material para nuevos productos industriales.

Desde el inicio de esta iniciativa en 2022, se han recolectado 20.546 prendas, lo que equivale a un total de 12.327 kilogramos para aprovechamiento. Cada una de las 25 tiendas de Falabella en Colombia cuenta con su

EN ESTOS buzones se han recolectado 12.327 kilogramos de ropa para aprovechamiento.



LA APUESTA es por marcas conscientes, operaciones sustentables y economía circular.



MUJERES: ENERGÍA QUE TRANSFORMA, PODER QUE
IMPULSA

La energía más poderosa no viene de una fuente, sino de muchas. **Viene de la diversidad, de la unión, del talento sin etiquetas.** En Megas, sabemos que el verdadero impulso de una sociedad equitativa está en la fuerza de cada mujer: la que rompe esquemas, la que abre puertas, la que lidera y transforma.

Somos tan diversos como las llamas que encienden el cambio, tan imparables como el gas que mueve las industrias, tan esenciales como el aire que respiramos. **No hay un solo tipo de mujer, como no hay una sola forma de hacer historia.** Y en esa diversidad, la inclusión es la clave para abrir más caminos, derribar más barreras y construir un mundo con más oportunidades. Y así, seguir avanzando.

Por eso, en Megas, trabajamos para que cada talento brille con la misma intensidad. Porque cuando el acceso a oportunidades es igual para todas, el mundo avanza con más fuerza.

“La igualdad en el liderazgo no es solo un derecho fundamental, sino una estrategia inteligente para el desarrollo sostenible de las organizaciones y los países”

ONU Mujeres



Conoce el programa:
Red de emprendedoras y empresarias

“Cree en ti”



Capacitaciones y encuentros
diseñados para fortalecer el
emprendimiento de las mujeres.

**¡Únete a nuestra comunidad y
potencia tu negocio!**

¡Regístrate aquí!



**Olga Lucía
Beltrán Bautista**
Evaluher

Liderazgo femenino: rompiendo techos de cristal



Desafíos en los derechos laborales de las mujeres

LA BRECHA ACTUAL

Solo el **28%** de los **puestos directivos a nivel mundial** están ocupados por mujeres.



A nivel global, las mujeres ganan en promedio un **20% menos** que los hombres por trabajos de igual valor.



El **51%** de las mujeres en empleos informales carecen de protección laboral básica.



Acciones necesarias

- Implementar políticas de transparencia salarial
- Ampliar el acceso a guarderías asequibles y de calidad
- Fortalecer los sistemas de mentorías y redes de apoyo para mujeres líderes
- Establecer metas medibles para la representación femenina en cargos directivos
- Combatir los sesgos inconscientes en procesos de contratación y promoción.

LIDERAZGO EMPRESARIAL

Solo el **8,8%** de las empresas Fortune 500 tienen a una mujer como CEO (2023), aunque esto representa un aumento respecto al **4,8% de 2018**.



Las empresas con al menos un **30%** de mujeres en puestos ejecutivos tienen un **15% más de rentabilidad**.



Solo el **34%** de las pymes a nivel mundial, y **39% en Colombia**, son propiedad de mujeres.



POLÍTICAS Y DERECHOS LABORALES

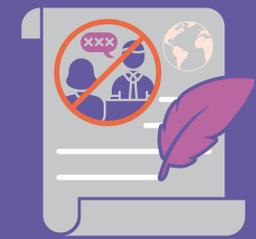
95 países tienen leyes que garantizan igual remuneración por trabajo de igual valor, pero **solo 57** las implementan efectivamente.



115 países garantizan por ley el **permiso parental remunerado**, pero la duración y compensación varían significativamente.



Solo **90** países cuentan con **leyes contra el acoso sexual** en el ámbito laboral.

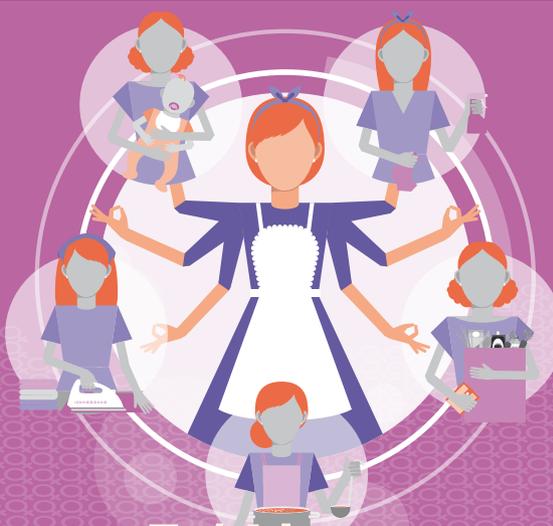


Grandes retos en Colombia

20,7% de los cargos directivos y gerenciales en el país son ocupados por mujeres.



12,9% es la brecha salarial en Colombia: por cada \$100 que gana un hombre, una mujer gana \$87,1, por el mismo trabajo.

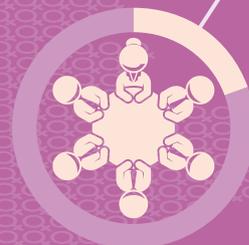


7,14 horas diarias a trabajos de cuidado no remunerados dedican las mujeres colombianas en promedio, frente a 3,25 horas de los hombres.

56,2% de las mujeres colombianas trabajan en el sector informal, sin acceso a seguridad social.



19,6% de las juntas directivas de empresas colombianas cuentan con mujeres, por debajo del promedio latinoamericano (22%).



Natura impulsa a las mujeres en educación y bienestar

A través de formación, mentorías y apoyo en salud, la compañía fortalece el crecimiento personal y profesional de miles de consultoras en Colombia



SABEMOS QUE cuando una mujer crece, toda la sociedad avanza: María Andrea Vargas, gerente general de Natura Colombia.

Con más de 55 años de trayectoria, Natura reafirma su compromiso con la transformación social y el empoderamiento femenino a través de iniciativas que benefician a miles de mujeres en Colombia. Su labor se centra en tres pilares: educación, derechos y desarrollo económico de sus consultoras.

En educación, la compañía destina el 100% del recaudo de su línea Creer para Ver a mejorar la calidad y equidad educa-



EL 95% de la red de consultoras de Natura en Colombia está conformada por mujeres.

tiva de miles de jóvenes mujeres. A través de la Fundación Instituto Natura, trabaja con gobiernos locales para fortalecer la educación media y ofrecer formación digital, formal y financiera a sus colaboradoras.

Entre 2021 y 2024, más de 74.000 consultoras participaron en estos programas, incluidas 26.000 solo en 2024. Estas iniciativas han fortalecido su desarrollo personal y profesional, al brindarles más oportunidades de crecimiento.

Poder transformador

En salud y derechos, Natura impulsa la detección temprana del cáncer de mama y la prevención de actos relacionados con violencia de género. En 2024, realizó 2.392 mamografías gratuitas y brindó asesoría médica, apoyo psicológico y jurídico a mujeres víctimas de la violencia en Colombia.

“En Natura creemos en el poder transformador de las mujeres. Nuestro compromiso va más allá de ofrecer oportunidades económicas. Buscamos generar un impacto positivo en sus vidas, brindándoles herramientas para su desarrollo personal y profesional. Sabemos que cuando una mujer crece, toda la sociedad avanza”, afirma María Andrea Vargas, gerente general de Natura Colombia.

Educación y emprendimiento

El 95% de la red de consultoras y con-

sultores en Colombia está conformada por mujeres. Natura promueve su liderazgo a través de la educación y el desarrollo de habilidades, brindándoles herramientas para fortalecer sus iniciativas de emprendimiento y crecimiento económico.

Además de contar con mentorías y tutorías digitales que las acercan a un mundo cada vez más digitalizado, la compañía les ofrece clases de educación financiera para ayudarlas a estructurar una economía personal saludable y adoptar prácticas que potencien su calidad de vida.

A través de estas acciones, Natura refuerza su compromiso con la equidad de género y el desarrollo sostenible, con la visión de que “fortalecer a las mujeres es fortalecer a toda la sociedad”.

Más de 74.000 consultoras participaron en programas de educación y emprendimiento de Natura entre 2021 y 2024



LAS COLABORADORAS de Natura reciben tutorías digitales y clases de educación financiera.



LA COMPAÑÍA destina el 100% del recaudo de su línea Creer para Ver a mejorar la calidad y equidad educativa de miles de jóvenes mujeres.



LA COMPAÑÍA busca impulsar las capacidades de las trabajadoras en áreas donde el poder femenino está poco representado.



"MUJERES AL volante" es un programa que brinda formación especializada en conducción de vehículos pesados, en alianza con el Sena.

Holcim: más inclusión, liderazgo y equidad

La compañía avanza en su meta de que el 25 % de sus trabajadores, en todos los niveles, sean mujeres. Busca cerrar brechas de género y fortalecer el liderazgo femenino en la industria

Con un 38% de mujeres en la alta dirección y un 43% en el Comité Ejecutivo, Holcim ya ha superado sus objetivos de equidad en el país

Holcim reafirma su meta para 2025 de lograr que las mujeres sean el 25% del total de sus trabajadores en todos los niveles. Asimismo, cerrar la brecha salarial de género, seguir impulsando la promoción y desarrollo de mujeres STEM y, en sus grupos objetivo, elevar proyectos para formar, empoderar y apoyar el liderazgo femenino para el presente y el futuro.

El grupo empresarial ha creado una estrategia integral: busca impulsar las capacidades de las trabajadoras para que puedan optar, no solo por puestos de diferentes rangos, sino que hagan parte de aquellas áreas donde el poder femenino está poco representado.

La estrategia a 2030 del Grupo Hol-

cim a nivel global se ha propuesto alcanzar un mínimo de 30% de diversidad de género en los niveles directivos y cerrar la brecha salarial. Desde Colombia ya se han superado las metas, con un 38% de participación femenina en los niveles de alta dirección y un 43% en el Comité Ejecutivo, y se espera que, para el 2025, el 25% de trabajadores en todos los niveles sean mujeres.

"Seguimos impactando nuestra cultura inclusiva con foco en género, generaciones, LGTBIQ+ y otros tipos de diversidades, a través de campañas, foros de interacción, testimonios que fortalecen el *networking* y programas de desarrollo como Mujeres en Crecimiento, el cual se enfocó en fortalecer el empoderamiento de la mujer en los diferentes roles de su entorno y en el que tuvimos la participación de 73 mujeres de todos los niveles de la organización", explica Ana Lucía Montoya, directora de Recursos Humanos de Holcim Colombia.



EL GRUPO

Holcim se ha propuesto, a nivel global, alcanzar un mínimo de 30% de diversidad de género en los niveles directivos.

Jóvenes mentores

Otro foco de Holcim es la participación de la juventud, no solo desde la apertura de oportunidades en procesos de selección, sino también con programas como el "Reverse Mentoring", donde jóvenes mentores guían, a través de la innovación y la creatividad, a líderes sénior de la organización, y trabaja también por el desarrollo de mujeres STEM, con reconocimiento de gremios como Camacol.

También desafía estereotipos con programas de responsabilidad social como "Mujeres al volante", donde la compañía, fortalece competencias laborales de mujeres, en su mayoría cabeza de hogar sin ingresos estables, con formación especializada en conducción de vehículos pesados en alianza con el Sena, acorde a necesidades locales y de la industria. De 91 mujeres formadas, 13 están vinculadas laboralmente con Holcim.

CERRAR LA brecha salarial de género es otro de los objetivos de Holcim.



ANA LUCÍA Montoya, directora de Recursos Humanos de Holcim Colombia.

VOCES SILENCIADAS, PROTAGONISTAS INVISIBLES

El papel de la mujer educadora en la historia y la sociedad



CANDIDATA A
personera estudiantil
en el I.E. Megacolegio
El Progreso, en Yopal,
Casanare.

Desde el siglo XIX, se han superado barreras en la educación, lo que ha permitido la transformación social y la construcción de nuevas generaciones



Por: **José Eliécer Cárdenas Pardo***

A lo largo de la historia, la humanidad ha sido testigo de personajes cuyos logros y hazañas han quedado plasmados en los libros. Sin embargo, la mayoría de estos relatos han sido narrados desde una perspectiva masculina, dejando en la sombra a un protagonista fundamental: la mujer. A pesar de haber sido invisibilizadas en muchos contextos, las mujeres han desempeñado un papel crucial en la construcción de civilizaciones, comunidades y sociedades. Han sido protagonistas silenciosas que, con su valentía, liderazgo, determinación, fuerza y resistencia, han sentado precedentes esenciales para las generaciones futuras, demostrando que sus voces pueden convertirse en un motor de cambio.

En Colombia, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, la educación de la mujer estaba limitada a la formación en tareas del hogar y principios religiosos. No obstante, con el paso del tiempo, las mujeres lograron superar múltiples desafíos y dejaron de ser figuras secundarias para convertirse en gestoras de iniciativas innovadoras. Así nació la

mujer educadora, quien, pese a enfrentar obstáculos significativos, ha luchado por la igualdad de género y ha contribuido al desarrollo social y educativo.

El impacto de la mujer educadora en la sociedad va más allá de la simple transmisión del conocimiento. Su papel es fundamental en la formación de ciudadanos, influyendo en diversos ámbitos, desde la política hasta la vida familiar. Como madres, protectoras y gestoras de sus hogares, su labor es clave en la transformación educativa y social, y demuestra que el género no define la capacidad de alcanzar sueños y metas.

Hoy en día, muchas mujeres han dejado una huella imborrable en la historia, al punto de que varias instituciones educativas llevan sus nombres en reconocimiento a sus contribuciones. No es de extrañarse que, de los 494.374 docentes a nivel nacional, el 66,3 % sean mujeres. La mayor proporción se encuentra en el nivel preescolar, con un 95,1 %, seguido de la educación primaria con un 77,0 % y la secundaria con un 52,4 %. Estas cifras reflejan el empoderamiento femenino en la educación colombiana en los últimos años.

“No es de extrañarse que, de los 494.374 docentes a nivel nacional, el 66,3% sean mujeres. La mayor proporción se encuentra en el nivel preescolar, con un 95,1%, seguido de la educación primaria con un 77% y la secundaria con un 52,4%”

Aunque se han logrado avances significativos, las mujeres aún enfrentan retos como la violencia de género, la falta de oportunidades laborales y la escasa representación en espacios de toma de decisiones políticas. Por ello, la profesionalización de la mujer educadora ha trascendido las aulas, la convierte en una herramienta de cambio que impacta generación tras generación y la consolida como líder y agente transformador de la educación en Colombia.

* *Magíster en Gestión de la Tecnología Educativa. Directivo, docente y coordinador académico del I.E. Megacolegio El Progreso - Yopal, Casanare.*



LA PROFESIONALIZACIÓN
convierte a la mujer educadora en una herramienta de cambio que impacta generación tras generación: Cárdenas Pardo.

26 Dove y Unilever esquivan los estereotipos de belleza en plataformas digitales



LA MARCA advierte que una de cada tres mujeres y niñas se siente presionada para alterar su apariencia debido a estándares de belleza.

lanzamiento incluyó una serie de talleres para influenciadores y periodistas, que brindaron herramientas para abrazar su autenticidad y empoderarlos, de manera que tengan un rol activo en la protección y promoción de la belleza real en las redes sociales.

Responsabilidad compartida

Santiago Vallejo, nuevo director de marketing de Unilever para la región Andina, comentó que, “en este recorrido de más de 20 años trabajando para hacer de la belleza una fuente de confianza y no de ansiedad, hemos aprendido que la responsabilidad es compartida, especialmente en los entornos digitales. Con Guardianes de la Belleza Real estamos contribuyendo a que, quienes tienen gran influencia en el mundo digital, puedan crear contenido auténtico, real y libre de estereotipos”.

Fiel a su propósito de hacer de la belleza una fuente de confianza y no de ansiedad, Unilever y su marca Dove, han desafiado estereotipos nocivos de belleza a través de sus comunicaciones desde hace 20 años. Según un estudio de Dove, una de cada tres mujeres y niñas se siente presionada para alterar su apariencia debido a estándares de belleza, incluso cuando saben que es falsa o generada por IA. Por eso, la marca se ha comprometido a no utilizar inteligencia artificial (IA) para representar a las mujeres en sus comunicaciones.

En 2024, Dove logró un crecimiento superior al 15% en las categorías en las que participa en Colombia. Este hito refuerza el liderazgo de Unilever en el mercado colombiano, así como su compromiso de seguir siendo una fuerza positiva en el país, impulsando transformaciones sociales en pro del bienestar de las comunidades.

Más de un millón de niños y adolescentes han sido impactados con iniciativas que impulsan la autenticidad y desafían los estándares en el entorno digital



LA INTENCIÓN es contribuir a la creación de contenido auténtico, real y libre de estereotipos.

A través de su marca Dove, Unilever, compañía líder y pionera en la promoción de la belleza real y sin estereotipos, ha transformado positivamente la vida de más de un millón de niños, niñas y adolescentes en Colombia a través de su Proyecto para la Autoestima

Dove. Este programa, que busca fortalecer la autoestima de las nuevas generaciones, ha cumplido 20 años a nivel global y una década de actividades en Colombia, convirtiéndose en un pilar clave para contribuir al bienestar socioemocional de estudiantes de más de 600 colegios en 27 departamentos.

Hoy, la inteligencia artificial (IA), los filtros y el contenido de belleza nocivo en redes sociales plantean nuevos riesgos para la autoestima de las nuevas generaciones. Por eso, con ocasión del décimo aniversario del Proyecto para la Autoestima Dove en Colombia, Unilever amplía su impacto con **Guardianes de la Belleza Real**, una iniciativa dirigida a influenciadores, marcas y líderes de la industria, que les brinda herramientas para promover interacciones digitales libres de estereotipos y

Guardianes de la Belleza Real brinda herramientas a influenciadores y marcas para fomentar interacciones digitales responsables y libres de estereotipos

más responsables con la autoestima de las audiencias.

Con el lanzamiento del *Playbook* Guardianes de la Belleza Real, la compañía pone a disposición una guía gratuita con contenidos de valor que pretende ayudar a diversificar la representación de la belleza en el entorno digital. Además, el

LA INICIATIVA está dirigida a influenciadores, marcas y líderes de la industria.



DOVE SE ha comprometido a no utilizar inteligencia artificial para representar a las mujeres.



Mujeres en el GLP.
Construyendo un mundo más **inclusivo**
con energía y liderazgo



Escaneame!



Laura Martínez: “Hoy puedo sacar adelante a mis dos hijos”.

NABIRIS CUADRADO Martínez, gracias a su desarrollo en Yanbal, se siente empoderada y capaz de guiar a otras mujeres en su camino al éxito.



KAREN NATALIA Gómez: “Si puedes crearlo en tu mente, lo puedes llevar al mundo real”.

El poder de la autoestima: mujeres que cambiaron su historia

El reconocimiento del propio valor impulsa la transformación personal y social. Por ello, Yanbal fortalece el empoderamiento de mujeres que hoy inspiran



Yanbal transforma vidas a través del poder de la autoestima. Su compromiso con el empoderamiento femenino se refleja en iniciativas que fortalecen la confianza, la independencia y el liderazgo de miles de mujeres en América Latina.

A propósito del Día Internacional de la Mujer, que se conmemoró el pasado 8 de marzo, la compañía consideró crucial reflexionar sobre el papel de la autoestima en el empoderamiento femenino y cómo el reconocimiento del propio valor puede transformar vidas.

Según el Foro Económico Mundial, empoderar a las mujeres no solo es esencial para la equidad social, sino que también impulsa el bienestar colectivo y el progreso de las sociedades. En este contexto, la autoestima se convierte en un pilar clave para el cambio.

“Cuando las mujeres se sienten seguras de sí mismas, no solo mejoran su calidad de vida, sino que también se convierten en agentes de transformación. En América Latina, diversas iniciativas han surgido para fortalecer la autoestima femenina”, destaca Yanbal en un comunicado de prensa.

Yanbal destaca que su misión de empoderar a las mujeres se refleja en su cultura organizacional, modelo de negocio y en su programa social “Mujer es Poder” (MEP), una iniciativa orientada a construir una autoestima sólida y a brindar a miles de mujeres en situación de vulnerabilidad las herramientas necesarias para transformar sus vidas y generar un impacto positivo en sus comunidades. La compañía compartió tres relatos de mujeres que demuestran cómo la autoestima puede cambiarlo todo.

Historias inspiradoras

Karen Natalia Gómez, de 16 años, encontró en “Mujer es Poder” un espacio de aprendizaje y apoyo. Con la guía de mentoras, descubrió que la confianza en sí misma era clave para superar sus miedos, especialmente al hablar en público.

YANBAL DESTACA que su misión de empoderar a las mujeres se refleja en su modelo de negocio, cultura organizacional y en su programa “Mujer es Poder”.



“Si puedes crearlo en tu mente, lo puedes llevar al mundo real”, afirma Karen, quien ahora sueña con desarrollar un proyecto para fortalecer la salud mental en colegios mediante la responsabilidad social. Su experiencia en el programa la ha marcado profundamente y aspira a seguir creciendo de la mano de Yanbal.

Nabiris Cuadrado Martínez, de 40 años, es Directora Super Senior en Yanbal. Antes de unirse a la empresa, se consideraba tímida y temerosa de tomar decisiones. “Soñaba en grande, pero no veía cómo hacer realidad mis sueños porque venía de una familia humilde”, recuerda. Hoy, gracias a su desarrollo en Yanbal, se siente empoderada y capaz de guiar a otras mujeres en su camino al éxito. “Aquí somos una comunidad poderosa en donde nos apoyamos y crecemos haciendo crecer”.

Laura Martínez, de 39 años, lleva 18 años en Yanbal y actualmente es Asistente de Gerencia General y de las áreas comerciales. Antes de ingresar, no tenía empleo estable ni independencia financiera. Gracias a la motivación de su hermana, se postuló y su vida cambió por completo. “Yanbal me dio la oportunidad que necesitaba y hoy puedo sacar adelante a mis dos hijos con el apoyo de mi pareja. Es un logro que siempre agradeceré”.

“Yanbal sigue comprometida con el fortalecimiento de la autoestima, el emprendimiento y el bienestar de las mujeres en Latinoamérica”, asegura la compañía, e invita a recordar, a propósito del mes de marzo, que cuando las mujeres creen en su propio poder, son capaces de transformar sus vidas y contribuir a una sociedad más equitativa.

“Aquí somos una comunidad poderosa en donde nos apoyamos y crecemos haciendo crecer”

Liderazgo femenino en Minor Hotels: modelo de equidad

De los 14 hoteles que maneja la compañía en el país, el 64,2% tienen directoras a la cabeza en ciudades estratégicas como Bogotá, Cali, Cartagena y Barranquilla

JENIFER VANEGAS,
Directora de
Comunicaciones
y Asuntos
Corporativos
para Américas.



La equidad de género en el ámbito corporativo es un pilar fundamental para el desarrollo sostenible y el crecimiento de las empresas. En el sector hotelero, Minor Hotels Europe & Américas en Colombia se ha convertido en un referente de inclusión, al apostar por el liderazgo femenino en diversas áreas clave.

Actualmente, Minor Hotels Europe & Américas en Colombia cuenta con un equipo directivo conformado por 24 líderes en diversas áreas. De estos, el 62,5% son mujeres (15), lo que demuestra un compromiso claro con la equidad de género. Esta tendencia también se refleja en la dirección hotelera: de los 14 hoteles que opera la compañía en el país, el 64,2% tienen directoras a la cabeza en ciudades estratégicas como Bogotá, Cali, Cartagena y Barranquilla.

Algunas de estas destacadas líderes incluyen a Claudia Carolina Rodríguez González, quien dirige el NH Collection WTC Royal; Juanita Valeria Torres Aranguren, al frente del Avani Royal Zona T, la más reciente apuesta de Minor Hotels para expandir su portafolio en Colombia; Nathalia López Domínguez, directora del NH Collection

Andino Royal; y Camila Salgar Henao, a cargo del NH Collection Smartsuites en Barranquilla.

Roles estratégicos

El liderazgo femenino en Minor Hotels no se limita a la dirección hotelera. Mujeres en roles estratégicos dentro de áreas como marketing, operaciones y gestión también desempeñan un papel clave en el éxito de la compañía.

Esta presencia femenina en múltiples niveles refleja el compromiso de la empresa con la equidad y el reconocimiento del talento sin distinción de género.

“El compromiso de Minor Hotels con respecto a la importancia del rol femenino en la compañía se traduce en acciones concretas que reflejan una nueva realidad en la gestión hotelera en Colombia. La equidad no es solo una meta, sino un estándar

que permite consolidar un sector más fuerte, dinámico e inclusivo para el futuro”, señala Jénifer Vanegas, directora de Comunicaciones y Asuntos Corporativos para Américas de la compañía.

560 hoteles, 58 países

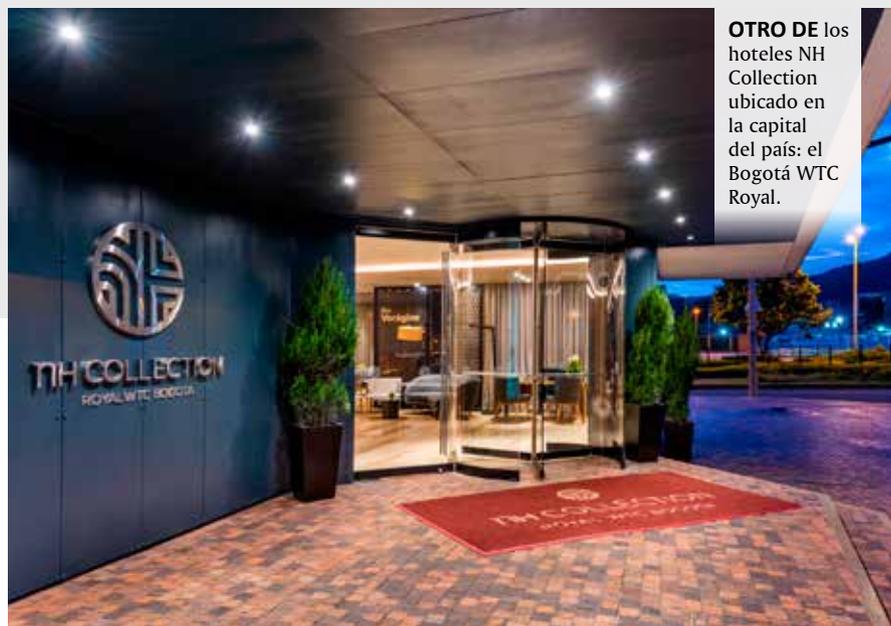
Minor Hotels es un grupo hotelero global que opera más de 560 hoteles, resorts y residencias en 58 países, con la visión de crear un mundo más apasionado e interconectado. Como propietario, operador e inversionista, ofrece un diverso portafolio de ocho marcas hoteleras: Anantara, Avani, Elewana Collection, NH, NH Collection, nhow, Oaks y Tivoli, además de una serie de negocios relacionados.

La compañía está acelerando rápidamente su crecimiento global y planea sumar más de 280 hoteles para finales de 2027. Asimismo, es miembro de Global Hotel Alliance (GHA), la mayor alianza mundial de marcas hoteleras independientes, y forma parte del programa de fidelización Gha Discovery.

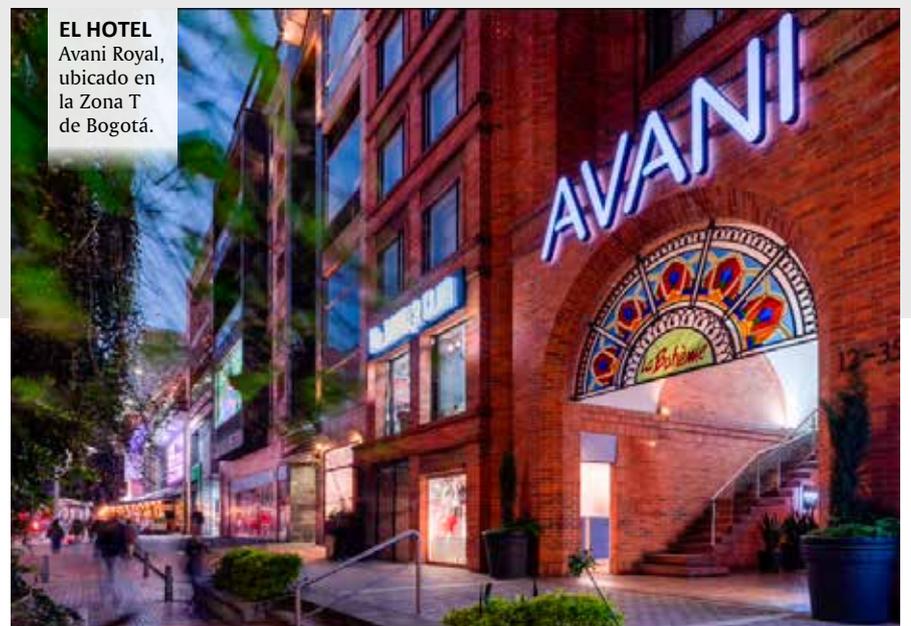
El 62,5% de los cargos directivos en Colombia de Minor Hotels Europe & Américas están ocupados por mujeres



EL HOTEL
NH Collection
Barranquilla
Smartsuites Royal.



OTRO DE los hoteles NH Collection ubicado en la capital del país: el Bogotá WTC Royal.



EL HOTEL
Avani Royal,
ubicado en
la Zona T
de Bogotá.



Mujeres en el sector del GLP: carácter y transformación

La presencia femenina en la industria del gas licuado de petróleo promueve la equidad y el crecimiento de un campo estratégico para el país

La industria del gas licuado de petróleo (GLP) en Colombia ha sido históricamente liderada por hombres. Sin embargo, en los últimos años el liderazgo femenino ha cobrado relevancia y ha demostrado que la equidad de género fortalece el sector y contribuye a su desarrollo sostenible. Organizaciones como Agremgas han sido testigos de esta evolución y han abierto espacios para que más mujeres asuman roles estratégicos, aportando con su conocimiento, determinación y nuevas perspectivas.

“Ser mujer en el sector de hidrocarburos no es una tarea sencilla. A menudo, llego a reuniones donde soy la única mujer, rodeada de miradas incrédulas y comentarios sutiles que sugieren que el lugar que ocupo no debería ser mío. Sin embargo, en esos momentos de desafío, entiendo que es precisamente en esos espacios donde debemos demostrar nuestras capacidades y conocimientos. Cada palabra que comparto, cada idea que apporto se convierte en un paso hacia la equidad”, destaca Sara Vélez, directora ejecutiva de Agremgas.

Desafíos y estereotipos

El liderazgo de las mujeres en la industria del GLP se caracteriza por una gestión

efectiva, basada en la comunicación asertiva, la empatía y la toma de decisiones fundamentadas en el análisis técnico y estratégico. A pesar de los desafíos y estereotipos persistentes, el talento femenino ha demostrado su capacidad para afrontar los retos del sector, desde la regulación y el abastecimiento hasta la innovación y la sostenibilidad.

“Frecuentemente, se nos percibe como demasiado emocionales o, en contraste, excesivamente estrictas. Sin embargo, estas percepciones no pueden despojar-

nos de nuestro valor. En lugar de ceder ante los estereotipos, debemos potencializar las fortalezas y habilidades únicas que las mujeres aportamos al sector; mantener una actitud de aprendizaje continuo y recordar que siempre hay espacio para crecer”, agrega Vélez.

Compromiso con la equidad

Agremgas, como entidad gremial, ha sido un pilar en la promoción del liderazgo femenino dentro de la industria. A través de su trabajo con diversas empresas del sector, ha impulsado la participación de mujeres en espacios de decisión, destacando el valor de sus contribuciones y fomentando la igualdad de oportunidades con base en el mérito y la competencia profesional.

El sector del GLP es clave para garantizar la seguridad energética del país, con una infraestructura robusta que permite un suministro continuo. Sin embargo, enfrenta retos como la disminución de las reservas de gas natural y el impacto del incremento de precios en los hogares más vulnerables. En este contexto, la participación de mujeres en la toma de decisiones se convierte en un factor determinante para impulsar soluciones innovadoras y equitativas.

La equidad no consiste en favorecer a un género sobre otro, sino en garantizar que las oportunidades se otorguen con base en el mérito y las competencias. Vélez



SARA VÉLEZ, directora ejecutiva de Agremgas.

Llamado a la participación

En el marco del Mes de la Mujer, Agremgas reafirmó su compromiso con la equidad de género y celebró el avance de las mujeres en el sector del GLP. “La equidad no consiste en favorecer a un género sobre otro, sino en garantizar que las oportunidades se otorguen con base en el mérito y las competencias”, resalta Vélez. Por ello, es fundamental seguir fortaleciendo su participación en cargos de liderazgo y promover un ambiente de trabajo en el que el talento y la capacidad sean los pilares del crecimiento profesional.

El camino hacia la equidad aún presenta desafíos, pero cada vez más mujeres están demostrando que su presencia es esencial para el desarrollo del sector. “Celebremos a todas las mujeres que, con valentía y perseverancia, desafían los límites y avanzan hacia un liderazgo auténtico y significativo”, destacó Vélez, quien invitó a la industria a seguir derribando barreras y construyendo un futuro donde “el talento y la capacidad no tengan género”.

EL GLP se presenta como una opción asequible y sostenible para el sector del transporte, que ofrece una reducción significativa de emisiones contaminantes.

EL GLP cuenta con una amplia cobertura en todo el país, lo que garantiza su disponibilidad y accesibilidad.



LA CONECTIVIDAD
llegó a este
resguardo indígena,
ubicado a 220 kms,
vía fluvial desde
Puerto Inírida.



El Remanso, un paraíso escondido en Guainía que se conecta con el mundo

“Cuando la señal de Claro llega lejos, las personas también”, asegura esta compañía. La conectividad y la tecnología han incrementado el turismo en casi 300% en el último año

En 2023, el resguardo indígena El Remanso, una población ubicada a 220 km vía fluvial desde Puerto Inírida, capital de Guainía, se conectó a Internet móvil 4G de Claro. Luego de un año de la llegada de la conectividad, esta comunidad ha logrado mostrar al mundo la belleza de los Cerros de Mavecure e incentivar el turismo en este lugar.

Son cerca de 500 habitantes los que ahora pueden comunicarse con el mundo, estudiar y potencializar sus habilidades. Además, los turistas que llegan a este rincón de Colombia pueden compartir sus experiencias y mejores momentos, gracias a la llegada de la red de Claro. Para Marcelino Oración Agapito, capitán de la comunidad El Remanso, “la conectividad nos ayudó a mostrar nuestra belleza al mundo. Antes venían pocos, ahora vienen cerca de 5.000 turistas al año”.

Por su parte, Silvio López Horacio, quien abrió su casa para recibir a turistas que visitan la zona, destaca que se ha propuesto ser el mejor anfitrión. “Anteriormente el operador

AHORA LLEGAN unos 5.000 turistas al año para conocer la belleza de los Cerros de Mavecure.

siempre me mandaba unas cartas o un mensaje para avisarnos que llegaba un grupo. A veces el mensaje no llegaba; entonces, uno no se organizaba porque no había cómo comunicarnos”. Ahora, cuentan con una antena de Claro ubicada dentro del resguardo indígena El Remanso Chorrobocón.

“Gracias a Dios, este servicio de comunicación nos facilitó más el trabajo coordinado entre el operador y nosotros, que atendemos acá. Y ya cuando nos llegó la comunicación comenzamos también a capacitarnos en atención al turismo. Igualmente, mi esposa Alejandrina sobre manipulación de alimentos. Tenemos una capacidad de 20 a 25 personas y contratamos gente también para preparar los alimentos; vamos a armar una casa acá para los turistas... Es la madre tierra la que nos da todo”, asegura Silvio, quien se refirió a los lugares que se pueden conocer desde la reserva: Mavecure, Cerro Mono, Cerro Pajarito; en Puinave: Maycuriwen, Büüiwen y Viwen.

Escuelas conectadas

Claro también ha integrado la Institución Educativa José Celestino Moreno El Remanso a su programa *Escuelas Conectadas de Claro por Colombia*. Los 80 estudiantes de la institución ahora tienen acceso a tabletas y recursos digitales que enriquecen su proceso de aprendizaje.

La instalación de la torre de conectividad fue un desafío que requirió seis meses de trabajo

por parte de ingenieros y técnicos de Claro. Se construyó una torre de 80 metros y se transportaron más de 300 toneladas de equipos por vía fluvial.

“En Claro, creemos que la conectividad tiene el poder de transformar vidas. En El Remanso, hemos visto cómo la telemedicina ha permitido combinar la medicina ancestral con la tradicional, las redes sociales han impulsado el turismo y la educación ha abierto nuevas oportunidades. Es por eso que estamos seguros de que, cuando Claro llega lejos, las personas también, y en eso hemos trabajado durante más de 30 años”, señaló John Morales, gerente de marca e impacto país de Claro Colombia.

Claro ha producido una serie de contenidos audiovisuales que documentan el impacto de la conectividad en El Remanso. Estos videos, que presentan las historias de los protagonistas de esta transformación, están disponibles en el canal de [YouTube de Claro Colombia](#).

Claro es el operador de telecomunicaciones móviles con mayor cobertura en Colombia. Lleva su señal 2G, 3G y 4G a 1.104 municipios del país con una red de más de 10.295 torres, servicio 5G en 20 ciudades y cuenta con más de 40 millones de usuarios que lo han escogido como su operador de servicios de voz y datos móviles. Ofrece también telefonía fija, internet de banda ancha y televisión cerrada a más de tres millones de hogares.

La instalación de la torre de conectividad, de 80 metros, fue un desafío para los ingenieros y técnicos de Claro. Requirió seis meses de trabajo y el transporte de equipos vía fluvial



GoTrendier: moda que limpia playas

GoTrendier y Proyecto MAREA Recicla lanzaron el Reto Eco, una iniciativa que se propuso limpiar 15.000 m² de playa en el Parque Nacional Tayrona. Del 12 al 22 de marzo, en conmemoración del Día Mundial del Agua, por cada prenda comprada en la app, se limpió un metro cuadrado de playa.



La campaña buscó combatir la contaminación de microplásticos en ecosistemas marinos, donde se han encontrado hasta 8.000 microplásticos por metro cuadrado, lo que afecta a más de 690 especies. **La iniciativa invita a transformar hábitos de consumo para proteger el planeta y demuestra que la moda**

puede ser parte de la solución y no del problema.

La moda no solo marca tendencias, también deja una huella ambiental profunda. Los textiles sintéticos como el poliéster, acrílico y elástico generan el 35% de los microplásticos en los océanos,



que contaminan el agua y afectan la vida marina. Pero el problema va más allá: en China, el río Qiantang cambia de color según la temporada, reflejando los desechos de la industria textil, responsable de contaminar el 70% de las aguas dulces del país. A nivel global, el teñido y acabado de prendas generan el 20% de la contaminación del agua potable, lo que muestra que la moda rápida no solo impacta el planeta, sino también los recursos hídricos esenciales para la vida.

Por ello, GoTrendier apuesta por la moda circular para reducir el impacto ambiental y celebridades como Majo Vargas y Juan Pablo Jaramillo apoyaron la campaña con el lema: *"El planeta no tiene una segunda oportunidad. La moda sí"*.



Enel ilumina Cundinamarca

Enel Colombia ha energizado 1.005 viviendas rurales en 2024, gracias a la inversión de \$18.236 millones en su programa "Cundinamarca al 100%". La iniciativa ha beneficiado a más de 6.900 familias en 123 municipios desde 2016, con presencia en Cundinamarca, Tolima, Meta y Boyacá. En 2024, destacaron los municipios de Chocontá, Gama, Villapinzón, Caparrapí, La Vega, Gutiérrez, San Cayetano, Cáqueza y San Francisco. La compañía ha instalado o repotenciado 206,2 km de redes eléctricas y 104 transformadores, lo que mejora la infraestructura en zonas apartadas. Su objetivo es alcanzar 8.500 viviendas energizadas para 2027, para impulsar el desarrollo

social y económico de comunidades rurales mediante un acceso más inclusivo a la electricidad.



Henkel apuesta por cero emisiones

Henkel se compromete a alcanzar cero emisiones netas globales para 2045, validado por la iniciativa Science Based Targets. La compañía planea reducir emisiones de gases de efecto invernadero en un 42% para 2030 en sus operaciones directas y un 30% en su cadena de valor: materias primas, envases, logística y el tratamiento al final de la vida útil de los productos. **En Colombia, ya utiliza energía 100% reno-**

vable, ha reutilizado 200.000 kg de cartón y logró cero vertimientos al relleno sanitario. Asimismo, desarrolla una producción basada exclusivamente en energías renovables, prácticas de economía circular en sus empaques, actividades de reforestación, cero vertimientos al relleno sanitario y transformación de procesos para mitigar el cambio climático.



Energía a tu servicio. Ayudamos con la preservación del medioambiente



CONTACTO

Emergencias y PQR: 317 834 8968

Atención al cliente: (604) 322 8122

Dirección: Vereda Vargas Km 46 + 600 mts, autopista Medellín - Bogotá, El Santuario - Antioquia.



**Más de 17.000 mujeres
corrieron la mmb 2024,**
desafiaron límites y dejaron huella.

mmb 25
media maratón de Bogotá



¡Inscríbete ahora!

www.mediamartonbogota.com



IFX ESTÁ convencida de que la tecnología y la sostenibilidad pueden coexistir en armonía para construir un futuro más próspero para la región.

IFX: innovación responsable para el futuro de Latinoamérica

Con un enfoque basado en la ética, la tecnología verde y el desarrollo comunitario, la compañía integra prácticas sostenibles en su modelo de negocio

En IFX, la innovación tecnológica y la sostenibilidad son dos caras de la misma moneda. La misión es impulsar la transformación digital en Latinoamérica, pero no a cualquier costo. Por eso, la compañía está comprometida a hacerlo de manera responsable, generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Samuel Mezrahi, CEO de la compañía, destaca que “nos hemos comprometido a operar de manera ética y sostenible, contribuyendo positivamente a la sociedad y el medio ambiente, teniendo en el centro la diversidad e inclusión como pilares fundamentales en nuestra estrategia”.

La responsabilidad no es una tendencia, es un compromiso a largo plazo para construir un futuro mejor: Samuel Mezrahi, CEO de IFX

Tecnología con propósito

La multinacional entiende que la tecnología tiene el poder de transformar vidas y comunidades. Por eso, se esfuerza en desarrollar soluciones que no solo sean innovadoras, sino también sostenibles. “Buscamos crear un equilibrio entre el progreso tecnológico y la preservación de nuestro planeta”, resalta Mezrahi.

La visión de sostenibilidad de IFX se basa en tres pilares fundamentales:

- **Innovación verde:** “Trabajamos en mitigar nuestro impacto ambiental y a la vez desarrollamos soluciones tecnológicas que ayudan a nuestros clientes



LA MULTINACIONAL entiende que la tecnología tiene el poder de transformar vidas y comunidades.
/Fotos: Banco de imágenes de Adobe Stock

a reducir su huella ambiental, optimizar el uso de recursos y adoptar prácticas más sostenibles”.

- **Desarrollo de las personas y las comunidades:** “fomentamos el bienestar, tanto de nuestros colaboradores como de las comunidades que nos rodean. Somos conscientes del papel fundamental que juega la conectividad digital en el desarrollo sostenible”.

- **Ética y transparencia:** “mantenemos los más altos estándares éticos en todas nuestras operaciones, para asegurar la transparencia y la rendición de cuentas”.

El valor de la sostenibilidad

“En IFX, vemos la sostenibilidad como una oportunidad para generar valor compartido”, indica Samuel. Explica que, al integrar prácticas sostenibles en su modelo de negocio, la empresa logra:

- Generar un valor añadido para sus clientes.
- Fortalecer la reputación y construir la confianza de sus clientes y socios.
- Atraer y retener talento, ya que cada vez más profesionales buscan trabajar en empresas con un propósito claro.
- Acceder a nuevas oportunidades de negocio y financiamiento, ya que los inversores y consumidores valoran cada vez más la sostenibilidad.
- Mitigar riesgos operativos.

“La sostenibilidad no es solo una tendencia para nosotros, es un compromiso a largo plazo. Estamos invirtiendo en investigación y desarrollo para crear soluciones tecnológicas aún más sostenibles, y estamos trabajando en colaboración con nuestros colaboradores, clientes y socios para construir un futuro mejor para todos”, destacó el CEO.

LA COMPAÑÍA asume la sostenibilidad como una oportunidad para generar valor compartido.



LA INVERSIÓN en investigación y desarrollo permite crear soluciones tecnológicas aún más sostenibles.



La Fundación Universitaria Agraria de Colombia (Uniagraria), conocida como la “U Verde de Colombia”, celebra en 2025 cuatro décadas de compromiso con la educación rural y el desarrollo sostenible. Desde su creación, ha formado a más de 12.500 profesionales y ha liderado iniciativas que transforman comunidades. Su rector, Jorge Orlando Gaitán Arciniegas, destaca que son “cuatro décadas de compromiso con la formación integral de personas dedicadas, desde el conocimiento, al desarrollo regional con enfoque territorial, la sustentabilidad ambiental y la cultura del emprendimiento”.

El rector recordó que esta casa de estudios nació de la inspiración de ocho visionarios que trabajaron con liderazgo para el desarrollo rural del país, “materializando el sueño de construir una institución educativa seria, necesaria y coherente que hoy ha logrado abrirse camino en diversos escenarios académicos, de investigación y de proyección social. Desde su fundación en 1985, la institución ha sido un referente en educación superior, comprometida con la formación de profesionales que impulsan el desarrollo sostenible del campo colombiano y el mejoramiento del nivel de vida de las regiones, con enfoque en la solución de los problemas del territorio local”.

Impacto real

Gaitán Arciniegas destaca el trabajo incansable de Uniagraria en la construcción de una educación con impacto real, para cumplir su misión de fortalecer el campo y la ruralidad. “Hasta el día de hoy, se han diseñado ambiciosos proyectos de educación rural, aprovechando la estructura de los colegios regionales y las alianzas con la institucionalidad de los municipios, con las asociaciones y gremios de productores y de agroindustriales locales. Ya son icónicos proyectos como el ‘Sistema Sembrar Paz’, que ha llevado a la formación agroindustrial a 35.000 niños de colegios regionales en todo el país; el proyecto ‘Uniagraria al campo’, que ha permitido realizar estudios y diseños para más de 1.200 emprendimientos de infraestructura rural en municipios de pequeño tamaño con necesidades de saneamiento básico y vivienda sostenible rural;



UNIAGRARIA CUENTA con diferentes centros de actividad académica en Bogotá, Facatativá, Tenjo y Anolaima.

Uniagraria: 40 años impulsando el desarrollo rural sostenible

Desde 1985, la institución trabaja por una educación con impacto real en el campo colombiano, con un enfoque en el emprendimiento, la innovación y la sustentabilidad

o el proyecto ‘Plan 500’, que ha ligado a Uniagraria a los colegios regionales con apoyos educativos mutuos de ambas instituciones”.

Asimismo, destaca el proyecto “Uniagraria Acompaña”, que ofrece a las alcaldías municipales un paquete de servicios con base en el conocimiento y la ciencia; el proyecto “Uniagraria al municipio y al colegio”, con el que se extienden a la región los programas de educación superior, aprovechando los mecanismos de flexibilidad que brinda el Ministerio de Educación. “Pero sin duda, el mejor impacto de Uniagraria son sus egresados, pues se han graduado en

programas de pregrado y posgrado un total de 12.527 estudiantes, demostrando una enorme influencia formativa en el país, al brindar soluciones en un contexto en el que muy pocas universidades han intentado acciones reales. Uniagraria no solo ha formado profesionales, sino que ha diseñado estrategias para potenciar la economía del campo, reconociendo su importancia para garantizar la seguridad alimentaria y contribuir con el desarrollo sostenible de la humanidad”, agregó el rector.

Modelo Agroindustrial y Campesino

Ahora bien, para Gaitán Arciniegas, uno de los proyectos más

ambiciosos de la institución es el Modelo Agroindustrial y Campesino de Uniagraria (Macuá), una iniciativa que busca identificar y priorizar variables clave en la agroindustria colombiana. “Este modelo está diseñado para responder a la pregunta central de la educación y el desarrollo agroindustrial en Colombia: ¿Qué debe fortalecer el país para potenciar su crecimiento a través del sector agroindustrial en 2050?, ¿qué tanto es necesario conservar de la economía campesina proveedora del 70 % de los alimentos de consumo diario en Colombia?”.

Explicó que “Macuá se basa en la articulación de los programas académicos con la realidad del sector rural, promoviendo la innovación, el emprendimiento y la sustentabilidad. En este proceso, la institución busca consolidar alianzas estratégicas con diferentes sectores productivos y gubernamentales para garantizar la implementación de soluciones viables que beneficien a las comunidades campesinas y fomenten un desarrollo equilibrado y sostenible. Para ello, Uniagra-

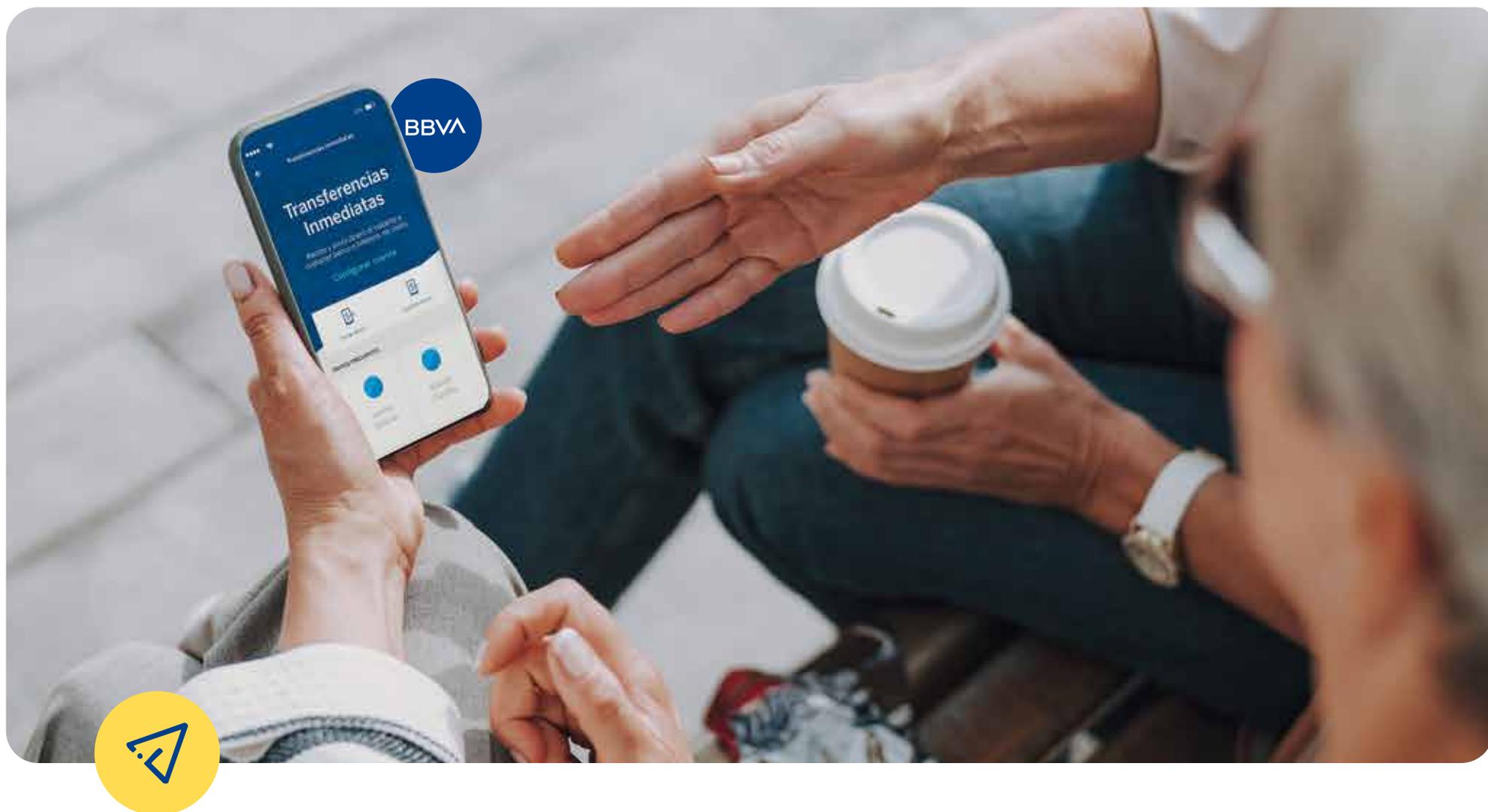
ria cuenta con diferentes centros de actividad académica: en Bogotá, Facatativá, Tenjo con el Centro de Investigación y Desarrollo CIDT y Anolaima con el Centro de Desarrollo Regional, lo que le permite una cobertura estratégica para el desarrollo rural”.

Con 40 años de historia, “La U Verde de Colombia” ha impulsado una educación de excelencia con una huella social significativa, no solo en Cundinamarca y Colombia, sino también en Latinoamérica, gracias a sus programas virtuales. Su visión al 2050 incluye fortalecer su oferta de programas y proyectos, la investigación aplicada y modelos sostenibles que impulsen el desarrollo regional. Y ante la crisis ambiental y la incertidumbre alimentaria, reafirma su compromiso con el proyecto Macuá, una iniciativa clave para el futuro del agro colombiano.

Con su Modelo Agroindustrial y Campesino (Macuá), Uniagraria proyecta soluciones para el agro, con miras a 2050



LA INSTITUCIÓN continúa fortaleciendo su oferta de programas y proyectos, impulsando la investigación aplicada y promoviendo modelos sostenibles.



Quieres pagar rápido a cualquier persona sin usar efectivo.

Puedes hacerlo gratis con *Transferencias Inmediatas* desde tu App BBVA.