

XIV SEMANA DE LA RSE
Creer. Crear. Crecer.



Crecer

Crear

Creer

14 Y 15
DE OCTUBRE
HOTEL SHERATON
SALÓN CASA VERANDA

sumarse 

Crear

Crear

XIV SEMANA DE LA RSE

Crear. Crear. Crear. Crear.



Junta Directiva de

sumarse 

Crear

Creer



sumarse 

XIV
SEMANA
DE LA RSE

XIV SEMANA DE LA RSE

Creer. Crear. Crecer.

“Hoy existe una mayor conciencia sobre lo que significa la sostenibilidad para Panamá. Las realidades están cambiando paso a paso, porque no es un camino de rapidez, sino de constancia”.

Stanley Motta

Presidente de Sumarse



“Este es el espacio en que cada año Panamá se detiene a pensar, compartir y transformar desde la sostenibilidad. Han pasado 14 años desde la primera semana de la RSE. Hoy somos miles de personas inspiradas por la misma visión compartida”.

Karla Mola,
Directora ejecutiva de Sumarse

XIV SEMANA
DE LA RSE

sumarse 

**¿Estás listo
para Creer?**

Creer. Crear. Crecer.



Esencia de la Semana de la RSE 2025

La Semana de la RSE 2025 ha consolidado su posición como el evento más relevante en sostenibilidad empresarial de Panamá, marcando un punto de inflexión en el panorama corporativo del país. Con 14 ediciones a lo largo de los años, el evento ha dejado de ser únicamente un foro de buenas prácticas para transformarse en un ecosistema multisectorial de aprendizaje. En esta edición, la Semana se presentó, además un espacio de reflexión, como también un laboratorio de innovación y un punto de articulación de las tendencias globales en sostenibilidad.

Bajo el lema “Creer. Crear. Crecer.”, la edición 2025 se alineó con los desafíos más urgentes de país y la región. Este concepto estructuró la experiencia del evento, en la que **CREER** significó dar el primer paso hacia una sostenibilidad integrada en la estrategia empresarial, **CREAR** se tradujo en la formulación de soluciones basadas en la innovación, y **CRECER** fue el resultado tangible de estas decisiones estratégicas, con un impacto directo en las comunidades.

La Semana de la RSE 2025 introdujo una serie de innovaciones que reflejan la evolución de la sostenibilidad

en un entorno cambiante. La programación incorporó nuevos formatos dinámicos, como fireside chats, shorts, y talleres diseñados para compartir conocimiento y facilitar la toma de decisiones.

Además, la Semana 2025 amplió el alcance de los temas tratados, abarcando la gobernanza en la era de la inteligencia artificial, la medición de impacto sostenible, y las alianzas regionales para la competitividad sostenible, entre otros. La inclusión de voces juveniles también ocupó un papel central, reafirmando que la sostenibilidad es un tema de acción colectiva que involucra a todos los sectores de la sociedad.

A través de este informe, se busca ofrecer una visión integral no solo de los contenidos abordados, sino también del impacto que estas discusiones tienen en el desarrollo de un país más competitivo, resiliente e inclusivo. Este documento se presenta como una herramienta de conocimiento estratégico para guiar las decisiones organizacionales hacia un futuro más sostenible, en el que la colaboración multisectorial sea el motor de cambio.

Creer. Esencia de la Semana de la RSE 2025

Creer

Click en el Link para acceder al video:



<https://youtu.be/WIQiA0yl6Vg?si=mhi9dN5aCZ58k53K>

0:52 / 2:04



Espacio Inaugural

Crear para transformar:

la sostenibilidad como motor de una historia empresarial de éxito

Espacio Inaugural

Creer para transformar: la sostenibilidad como motor de una historia empresarial de éxito



Expositor:
Ramón Mendiola,
Presidente de la Junta
Directiva – AED

La conferencia inaugural de la Semana de la RSE 2025 situó el debate en **el modelo de empresa que el mundo necesita para seguir siendo viable**. Ramón Mendiola, presidente de la Junta Directiva de AED y ex CEO de FIFCO propuso una lectura sin concesiones sobre la evolución del capitalismo y el rol del liderazgo empresarial en un contexto marcado por límites ambientales, tensiones sociales y una creciente demanda de coherencia ética.

A partir de su experiencia al frente de FIFCO, empresa

costarricense con más de 115 años de historia, Mendiola desmontó una de las dicotomías más persistentes del discurso corporativo: la supuesta incompatibilidad entre rentabilidad y sostenibilidad. Bajo su liderazgo, la compañía adoptó un modelo de **triple utilidad (económica, social y ambiental)** y logró **multiplicar su desempeño financiero**, demostrando que la creación de valor integral puede fortalecer la competitividad empresarial.

Uno de los momentos más relevantes de la intervención fue la reflexión sobre el **propósito organizacional**. Mendiola compartió el proceso de introspección estratégica que llevó a FIFCO a definir su propósito superior de que “Compartimos con el mundo una mejor forma de vivir”, sirviendo como rector para la toma de decisiones, la cultura interna y la relación con los grupos de interés. En su visión, el propósito actúa como un mecanismo de disciplina estratégica: ordena prioridades, alinea incentivos y reduce la distancia entre lo que la empresa dice y lo que hace.

La conferencia combinó análisis empresarial, reflexión ética y experiencia práctica, dejando el mensaje de que **el futuro de la empresa no se juega únicamente en los mercados,**

sino en su capacidad de generar legitimidad social y operar con conciencia de sus impactos.

Ideas y aprendizajes

1. Liderar es retribuir

Mendiola planteó la vida profesional como un ciclo que culmina en la responsabilidad de retribuir. Tras aprender y construir, el liderazgo maduro asume el deber de poner la experiencia, el poder de decisión y los recursos al servicio del bienestar colectivo. Esta visión redefine el éxito individual y empresarial desde una lógica de contribución, no de acumulación.

2. El agotamiento del modelo de maximización pura

El expositor fue explícito al señalar que el modelo tradicional, centrado exclusivamente en la maximización de beneficios financieros, resulta insuficiente para enfrentar los desafíos contemporáneos. Problemas como la desigualdad, el deterioro ambiental y la pérdida de confianza institucional superan la capacidad de respuesta de los Estados, lo que coloca al sector privado en una posición ineludible como **actor de transformación social**.

3. La sostenibilidad como arquitectura de gestión

El caso de FIFCO evidenció que la sostenibilidad solo es efectiva cuando se integra al núcleo del negocio y a la gobernanza corporativa. Entre los hitos destacados:

- **2008:** transición formal hacia un modelo de triple utilidad, con indicadores económicos, sociales y ambientales evaluados con igual rigor.
- **2014:** definición de un propósito superior como eje estratégico.
- **Modelo de gestión estructurado**, basado en:
 - Diálogo permanente con grupos de interés
 - Identificación y priorización de temas materiales
 - Definición de indicadores de impacto
 - Vinculación de la compensación ejecutiva a resultados sostenibles
 - Transparencia mediante reportes integrados anuales

Este enfoque permitió institucionalizar la sostenibilidad, evitando su dependencia de liderazgos individuales o coyunturas específicas.

4. El Liderazgo Holístico como Ventaja Competitiva

Para Mendiola, la sostenibilidad no es viable sin una transformación profunda del liderazgo. El **líder holístico** no se define por su posición jerárquica, sino por su capacidad de:

- Alinear propósito personal y organizacional.
- Ejercer la empatía y la conciencia social como competencias directivas.
- Construir equipos diversos y fomentar la colaboración.
- Liderar desde la humildad, la coherencia y el ejemplo.

Cuando esta alineación ocurre, señaló, el compromiso deja de ser impuesto y se convierte en una fuerza genuina que moviliza a las personas y fortalece la cultura organizacional.

La conferencia cerró con una idea central: **no existe sostenibilidad externa sin sostenibilidad interna**. Antes de transformar comunidades o ecosistemas, las empresas deben atender el bienestar, la dignidad y la vulnerabilidad

de quienes las conforman. Una organización sostenible no se mide solo por su huella ambiental, sino por su capacidad de generar sentido, pertenencia y bienestar, y de distribuir de forma equitativa el valor que crea.





Jornada de conferencias

Día 1



Key Note

Saber cuidar: el nuevo paradigma de la ética empresarial



Expositor:
Bernardo Toro,
responsable nacional en Colombia y
asesor de la presidencia de la Fundación
AVINA y miembro del Consejo
Internacional del Instituto Ethos de Brasil

Sesión auspiciada por:

Fundación
Avina

La intervención de Bernardo Toro introdujo una de las reflexiones más estructurales de la Semana de la RSE 2025: la sostenibilidad no es un problema técnico ni ideológico, sino **un problema ético de especie**. Su planteamiento desplazó el foco hacia una pregunta más incómoda y profunda: **cómo elegimos vivir y qué consecuencias aceptamos de esas decisiones**.

Toro partió de una analogía tomada de la física de que nada escapa a la gravedad. Del mismo modo, ninguna

acción humana carece de efectos. Esta idea, sencilla en apariencia, redefine la forma en que las organizaciones deben entender su impacto. Se trata de reconocer que **cada decisión genera huellas sociales, económicas y ecológicas que modelan el futuro**.

El planeta es el recurso más esencial del que depende la vida humana y, por extensión, la economía global. Citando estimaciones del Foro Económico Mundial, Toro recordó que **más del 60 % del PIB mundial depende de la naturaleza y de sus servicios ecosistémicos**, una cifra que lejos de ser abstracta tiene implicaciones directas para la estabilidad de los mercados, las cadenas de suministro y la gobernanza empresarial.

Desde esta perspectiva, afirmó que la humanidad enfrenta **la incapacidad de reconocer límites**, algo que no puede delegarse a gobiernos, instituciones o tecnología. Lejos de ser una restricción, comprender los límites naturales y humanos permite **crear horizontes de esperanza**. Así como la física estudia la gravedad para convivir con ella y no para negarla, las sociedades deben entender los límites del planeta para diseñar modelos de desarrollo viables.

La ética, en este marco, dejó de presentarse como un conjunto de valores abstractos y fue definida con precisión operativa como **el arte de elegir aquello que conviene a la vida digna de las personas y al cuidado de los bienes ecosistémicos**. Elegir bien, insistió, es elegir aquello que preserva la vida y la vitalidad del sistema del que dependemos.

La conferencia dejó la advertencia de que, **si no aprendemos a cuidar, perderemos**. No como castigo moral, sino como consecuencia natural de decisiones acumuladas. En un mundo de límites físicos, la sostenibilidad deja de ser una aspiración y se convierte en una condición para la continuidad de la vida económica y social.

Las 4 enseñanzas de Bernardo Toro

1. Ninguna acción es neutra: así como nada escapa a la gravedad, ninguna decisión humana o empresarial queda sin consecuencias.

2. El planeta como activo económico crítico: la dependencia del PIB global respecto a la naturaleza

convierte a la biodiversidad y a los ecosistemas en **infraestructura económica**. Ignorar esta realidad implica subestimar riesgos sistémicos que afectan productividad, estabilidad y competitividad.

3. La ética como herramienta de decisión: la ética como criterio práctico para elegir aquello que favorece la vida digna.

4. Comprender límites para crear futuro: reconocer los límites del planeta, del consumo y de la acción humana orienta el desarrollo. La incapacidad de aceptar límites conduce a crisis inevitables.

Click en el Link para acceder al video:



https://youtu.be/Zt0dl5T_Xgo?si=2tqNlge8C7P3pLcQ

Lo que está en juego

Para las organizaciones

- La sostenibilidad debe incorporarse como criterio central de decisión, no como narrativa externa.
- Ignorar los impactos ambientales y sociales equivale a

asumir riesgos económicos de largo plazo.

- La ética se convierte en una competencia estratégica del liderazgo.

Para Panamá

- La economía panameña depende directamente de la salud de sus ecosistemas, en particular del agua y del entorno que sostiene al Canal.
- Perder la conciencia de esta interdependencia implica comprometer la viabilidad económica del país.
- El país enfrenta una oportunidad crítica para alinear desarrollo, ética y cuidado del capital natural.



Key Note

¿Cómo se empieza a Creer, a Crear y a Crecer?



Expositor:
Juan Octavio Díaz,
Presidente de La Casa de las Baterías
y miembro de la Junta Directiva de
Sumarse

La intervención de Juan Octavio Díaz, presidente de La Casa de las Baterías aportó una lectura pragmática sobre cómo integrar la sostenibilidad al desarrollo empresarial desde contextos reales y de largo plazo. El caso de La Casa de las Baterías mostró que la responsabilidad empresarial puede operar como **estructura de crecimiento**, incluso en empresas familiares y de escala regional.

Con más de cinco décadas de trayectoria y presencia en varios países, la empresa ha desarrollado su estrategia a partir la convicción operativa de hacer las cosas bien desde

el inicio y asumir responsabilidad sobre su impacto. Esa lógica inicial permitió que la sostenibilidad se incorporara de forma progresiva a la operación, sin depender de coyunturas ni de presiones externas.

El enfoque social se expresó en programas sostenidos de empleabilidad juvenil y voluntariado corporativo, diseñados para responder a vulnerabilidades del entorno. En el plano ambiental, la gestión responsable de baterías y la inversión en movilidad eléctrica evidenciaron una aproximación práctica a la economía circular, integrada al negocio y no tratada como iniciativa periférica.

La dimensión de crecimiento se reflejó en la capacidad de medir resultados, escalar programas y avanzar en equidad de género dentro de la estructura organizacional. La sostenibilidad apareció, así como un criterio transversal que ordena decisiones, fortalece la cultura interna y permite expandir impacto sin perder coherencia.

Click en el Link para acceder al video:



https://youtu.be/yfivYX8Ce7Y?si=yvG_3Nq8n43DHH-0

Las claves de la sesión

- La sostenibilidad puede estructurar el crecimiento empresarial cuando se integra a la operación desde etapas tempranas.
- La economía circular funciona como decisión operativa con efectos ambientales y reputacionales medibles.
- Los programas sociales sostenidos generan estabilidad organizacional y cohesión territorial.
- La equidad de género se consolida cuando se diseña, se mide y se gestiona como parte del negocio.



Short

Dibuja el auto Toyota de tus sueños: la voz de los NNA en el tema de la sostenibilidad



Expositor:
Javier Díaz,
Gerente General de
Ricardo Pérez S.A.

La sesión propuso una mirada centrada en la relación entre propósito, cultura organizacional y expectativas sociales de largo plazo. Desde la experiencia de Ricardo Pérez S.A., Juan Díaz, su gerente general, expuso cómo una empresa puede integrar la sostenibilidad como criterio de gestión sin desligarse de su realidad comercial ni de su responsabilidad con el país.

El enfoque partió de la idea de que hacer empresa implica comprender a las personas que la conforman y a aquellas a

las que sirve. La organización ha estructurado su gestión a partir de cuatro impulsos: trabajadores, clientes, negocio y vínculo con la sociedad, entendidos como dimensiones interdependientes. El desempeño financiero aparece, así, como consecuencia de relaciones sólidas y de una reputación construida.

Uno de los ejes centrales fue la necesidad de involucrar a las nuevas generaciones en la conversación sobre sostenibilidad. La sesión planteó que los jóvenes no solo heredarán las decisiones actuales, sino que ya están influyendo en la forma en que las marcas son evaluadas. Sus preocupaciones sobre contaminación, movilidad y futuro ambiental se han convertido en señales tempranas de cambio cultural.

En este contexto, la movilidad sostenible se presentó como un campo de acción. La incorporación progresiva de vehículos híbridos y soluciones menos intensivas en emisiones respondió tanto a exigencias ambientales como a expectativas de clientes cada vez más informados.

El cierre de la intervención apeló a una idea simbólica el

propósito empresarial puede evolucionar cuando se conecta con la imaginación y los valores de las personas. Los dibujos de niños, utilizados como ejercicio conceptual, funcionaron como recordatorio de que las decisiones corporativas también proyectan futuro y dejan huella más allá del corto plazo.

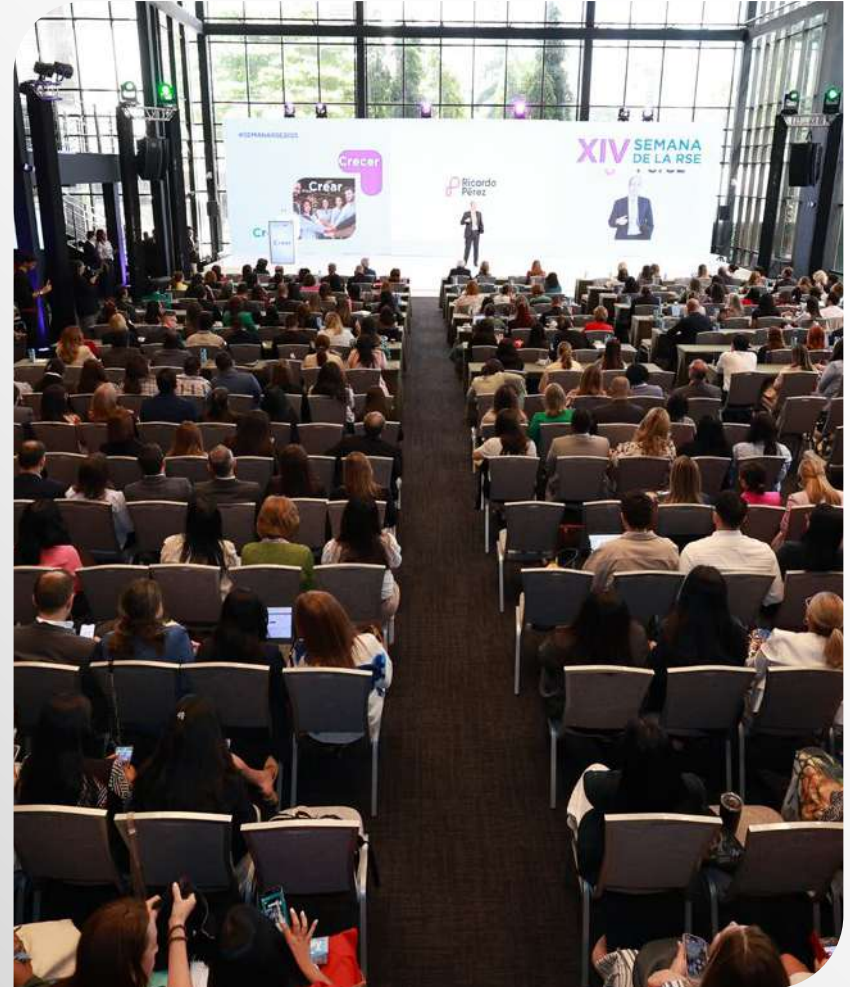
Click en el Link para acceder al video:



<https://youtu.be/-GYODxxlo94?si=e7ojkbhGUCLYJKoF>

Lecturas estratégicas

- La sostenibilidad se consolida cuando se integra a la cultura organizacional y a la relación con clientes y colaboradores.
- Las expectativas de jóvenes y nuevas generaciones anticipan cambios en consumo, reputación y movilidad.
- La innovación ambiental refuerza confianza en mercados cada vez más sensibles al impacto.
- El propósito empresarial se fortalece cuando se traduce en decisiones visibles y consistentes.



Fireside Chat

Conectados para crecer

Conversación con:
Juan Bosco Ureña,
Gerente ejecutivo de gestión responsable
corporativa. Banco Nacional de Panamá



Dorcas De La Rosa,
Periodista. Medcom.

Sesión auspiciada por:



La sesión auspiciada por el Banco Nacional de Panamá introdujo una reflexión institucional sobre el papel de las

organizaciones públicas en la construcción de sostenibilidad de largo plazo. Con más de un siglo de historia, la entidad presentó un enfoque en el que el crecimiento económico, la cohesión social y la responsabilidad ambiental se articulan a través de decisiones estructurales y políticas que trascienden liderazgos individuales.

El planteamiento se organizó en torno a los ejes de crear, crear y crecer como marco de acción institucional. Creer implicó fortalecer la confianza interna mediante procesos de reestructuración y alineación cultural, entendiendo que ninguna transformación externa es viable sin cohesión organizacional. Esta convicción permitió consolidar una visión compartida que redefine el rol del banco más allá de su función financiera.

El eje de crear se expresó en la institucionalización de políticas sostenibles y de equidad diseñadas para perdurar. La gestión responsable de residuos, la formación continua de mandos gerenciales y la promoción del voluntariado corporativo fueron presentadas como prácticas integradas a la operación. En particular, el voluntariado liderado por

gerentes y equipos técnicos mostró cómo la acción social adquiere mayor impacto cuando se vincula a la estructura organizacional.

El crecer se entendió como evolución con propósito. La inversión sostenida en formación profesional, que alcanza a la casi totalidad del personal, y la alta participación de mujeres en posiciones de liderazgo evidenciaron una concepción del desarrollo institucional basada en capacidades, equidad y transparencia. El dato de que el 75 % de los liderazgos estén ocupados por mujeres no fue presentado como resultado de políticas diseñadas y sostenidas en el tiempo.

La sesión dejó ver que el valor del Banco Nacional reside en su capacidad de acompañar procesos de desarrollo en todo el territorio, integrando institucionalidad, responsabilidad social y visión de futuro en la estrategias de gestión.

Las 4 enseñanzas para crecer

1. La sostenibilidad institucional se diseña: el impacto sostenible no depende de voluntades individuales, sino de

políticas, procesos y cultura organizacional que sobreviven al cambio de liderazgos.

2. La confianza interna precede: las instituciones que logran cohesión, formación y sentido de propósito interno están mejor preparadas para generar impacto social.

3. El liderazgo se fortalece cuando asume responsabilidad social: el voluntariado corporativo liderado desde la gerencia convierte la acción social en una extensión natural de la gobernanza.

4. La equidad es un resultado de diseño organizacional: la alta participación de mujeres en posiciones de liderazgo refleja decisiones estructurales sostenidas.

Click en el Link para acceder al video - 1:



<https://youtu.be/TZ0Idx7XupM?si=75UfM0c4y8Xi4KJZ>

Click en el Link para acceder al video - 2:



<https://youtu.be/p7UVoFh5GHI?si=DDJxJNDMUXSIKzo>

Lo que está en juego

Para las organizaciones

La sostenibilidad institucional se ha convertido en un factor de estabilidad y confianza. Las organizaciones que no integren formación, equidad y responsabilidad social en su arquitectura de gestión enfrentarán mayores riesgos de legitimidad y adaptación en contextos de cambio acelerado.

Para Panamá

Instituciones públicas sólidas y coherentes son esenciales para el desarrollo sostenible del país. Cuando estas integran sostenibilidad en su operación, fortalecen la cohesión social, elevan estándares de gobernanza y contribuyen a un crecimiento económico más equilibrado y territorialmente inclusivo.



Short

Crear en el talento, crear inclusión y crecer con Panamá



"La educación es el viaje que hace todos los sueños posibles."

Expositora:
Laura Plata,
directora de Experiencia del
Colaborador – Copa Airlines

La sesión planteó el desarrollo del talento como una de las decisiones más estratégicas para la sostenibilidad empresarial y el crecimiento del país. Desde el posicionamiento de Copa Airlines como Hub de las Américas, Laura Plata, directora de Experiencia del Colaborador expuso cómo la inversión sistemática en formación, inclusión y empleabilidad se traduce en impacto económico, movilidad social y competitividad nacional.

El enfoque partió del propósito de crear en Panamá y en su

gente. A través de academias especializadas y alianzas educativas, la aerolínea ha consolidado un modelo que forma talento altamente calificado para la industria aeronáutica, al tiempo que amplía el acceso a carreras técnicas de alto valor agregado. Estas iniciativas no solo responden a necesidades operativas, sino también a fortalecer el ecosistema productivo del país.

La inclusión ocupó un lugar en la reflexión de la sesión. El impulso a la participación de mujeres en áreas tradicionalmente masculinizadas, como la aviación técnica, fue presentado como una decisión estratégica que amplía la base de talento y contribuye a reducir brechas estructurales. La formación técnica aparece, así, como un elevador social capaz de transformar trayectorias individuales y generar estabilidad en comunidades enteras.

El mensaje transversal fue que el crecimiento empresarial sostenido requiere talento preparado, diverso y alineado con una visión país. Cada vuelo, cada academia y cada empleo generado refuerzan la conexión entre desarrollo corporativo y desarrollo nacional.

En cifras

• Más de 33,000 empleos proyectados

El crecimiento sostenido de la industria aérea generará más de 33,000 empleos directos, indirectos e inducidos en los próximos años, con impacto transversal en turismo, logística y servicios.

• Más de 700 profesionales aeronáuticos formados

Las academias especializadas han contribuido a la formación de más de 700 profesionales técnicos, fortaleciendo el talento local en una industria de alta especialización.

• Meta de al menos 25 % de participación femenina

Los programas de inclusión proyectan que una cuarta parte o más de las nuevas vacantes técnicas sean ocupadas por mujeres, ampliando la base de talento y reduciendo brechas históricas.

Click en el Link para acceder al video:



https://youtu.be/xpFr6XrBn_o?si=D2HulS8VzhD_ydFA

Lecturas estratégicas

1. El talento como activo país: la formación especializada fortalece la competitividad de Panamá y consolida su rol como plataforma regional de conectividad y servicios.

2. Educación técnica con retorno económico y social: las academias aeronáuticas generan empleos de calidad, movilidad social y mayor resiliencia del mercado laboral.

3. Inclusión como ventaja estratégica: la incorporación de mujeres en sectores técnicos amplía la base de talento y mejora la sostenibilidad organizacional.



Estudio

El pulso sostenible: la brecha entre la percepción empresarial y la ciudadana



Expositora:
Margorieth Tejeira
Presidenta de Dircom
Panamá



Expositor:
Carlos Fernández,
Director de Prodigious
Consulting

La presentación del estudio El pulso sostenible introdujo uno de los debates más sensibles y estratégicos para las

organizaciones en la actualidad: la distancia entre lo que las empresas creen comunicar sobre sostenibilidad y lo que la ciudadanía realmente percibe. En un entorno de alta exposición informativa y creciente escrutinio público, esta brecha se ha convertido en un factor determinante de confianza, reputación y legitimidad.

El análisis partió de la premisa de que hoy no basta con hacer las cosas bien. Las organizaciones están obligadas a **explicar sus decisiones, procesos y resultados con claridad, coherencia y evidencia.** Cuando el relato corporativo no logra reflejar la realidad de las prácticas internas, la confianza se erosiona y la sostenibilidad pierde credibilidad como propuesta de valor.

El estudio evidenció que la visibilidad corporativa ha cambiado de naturaleza. Ya no depende exclusivamente de medios tradicionales ni de campañas bien producidas, sino de la capacidad de sostener narrativas verificables en un ecosistema digital donde la inteligencia artificial amplifica tanto los mensajes legítimos como las inconsistencias. En este contexto, cualquier brecha entre discurso y acción se detecta con rapidez y se penaliza socialmente.

Uno de los aportes centrales fue la distinción entre comunicar acciones y comunicar decisiones. Reportar actividades resulta insuficiente si no se explican los criterios que las sustentan. La sostenibilidad exige mostrar cómo y por qué se toman determinadas decisiones, y qué impactos generan. Aquí, la confianza emerge como el principal activo intangible que, cuando se pierde, ninguna estrategia comunicacional logra compensarlo.

La presentación del estudio cerró con la idea transversal de que **la sostenibilidad se juega tanto en la gestión como en la comunicación consciente**. El desafío no es amplificar mensajes, sino construir relaciones basadas en diálogo, ética y humanidad, capaces de cerrar la brecha entre percepción ciudadana y realidad empresarial.

Lecturas estratégicas

1. La brecha de percepción es un riesgo reputacional: cuando el discurso corporativo no coincide con la experiencia ciudadana, la confianza se deteriora y la sostenibilidad pierde legitimidad.

2. La visibilidad sin coherencia amplifica vulnerabilidades: en la era de la inteligencia artificial, las inconsistencias se detectan con mayor rapidez y tienen mayor alcance.

3. La confianza se construye con decisiones explicadas: la transparencia exige mostrar procesos, criterios y resultados de forma comprensible y verificable.

4. Del dato al relato como ejercicio de responsabilidad: los datos sostienen la credibilidad; el relato los vuelve significativos. Ambos son indispensables para una comunicación sostenible.

Click en el Link para acceder al video - 1:



<https://youtu.be/fJbDDmpTy10?si=SW89IZkXMO9AKHI->

Click en el Link para acceder al video - 2:



https://youtu.be/ptIYPDXZcO4?si=N_h3D4qysNT_XXUx

Lo que está en juego

Para las organizaciones

La sostenibilidad comunicada sin evidencia se convierte en un riesgo estratégico. Las empresas que no alineen gestión, datos y narrativa enfrentarán mayores niveles de desconfianza y exposición reputacional.

Para Panamá

Cerrar la brecha entre discurso empresarial y percepción ciudadana es clave para fortalecer la confianza social, elevar estándares de gobernanza y consolidar al sector privado como actor creíble del desarrollo sostenible.



Click en el Link para descargar el informe.

<https://www.dircompanama.com/el-pulso-de-la-sostenibilidad>

Fireside Chat

De los cuentos a las cuentas: una conversación sobre lo que impulsa el cambio



Conversación con:
Luis Mastroeni,
consultor en
sostenibilidad



Karla Mola,
directora ejecutiva
de Sumarse

La conversación partió con la contundente afirmación de que la sostenibilidad se ha convertido en uno de los

principales habilitadores de la continuidad del negocio. Luis Mastroeni situó el debate en el terreno que hoy define las decisiones corporativas el valor, la confianza y la capacidad de competir en el tiempo. La moderación de Karla Mola orientó el intercambio hacia la pregunta central de cómo traducir impacto en criterios que las juntas directivas comprendan y prioricen.

De acuerdo con reportes recientes, una amplia mayoría de las organizaciones invierte en sostenibilidad porque esta impulsa ventas, confianza y diferenciación. Sin embargo, el verdadero desafío no reside en reconocer su importancia, sino en **medirla, explicarla y gobernarla**. La sostenibilidad deja de ser efectiva cuando se comunica como relato aspiracional y como desempeño verificable.

Uno de los ejes más relevantes fue la necesidad de un cambio de narrativa. Mastroeni planteó que las historias de impacto pierden fuerza si no se convierten en cuentas claras, comparables y vinculadas al valor del negocio. Hablar el idioma empresarial implica llevar la sostenibilidad a métricas de innovación, marca, talento y rentabilidad, sin diluir su dimensión social y ambiental.

La conversación también subrayó el rol del capital humano y de la formación técnica para sostener este cambio. Integrar sostenibilidad exige preparación, capacidad analítica y una visión de futuro que permita anticipar regulaciones, expectativas de mercado y riesgos emergentes. En este contexto, la ventana de acción voluntaria se estrecha. Las empresas que no avancen hoy enfrentarán exigencias obligatorias mañana, muchas veces sin el tiempo ni las capacidades necesarias para adaptarse.

El mensaje final fue que **la sostenibilidad empieza en la junta directiva y se consolida cuando se gestiona con datos, criterio y decisión**.

Click en el Link para acceder al video:



<https://youtu.be/IONZDAU8N1k?si=T2pcPhmE6kHfuzcf>

Lecturas estratégicas

- 1. La sostenibilidad es un factor de continuidad del negocio:** las empresas invierten en sostenibilidad porque impulsa ventas, confianza y permanencia en el mercado.
- 2. El impacto debe traducirse en cuentas comprensibles**

para la alta dirección: las narrativas pierden efectividad si no se conectan con indicadores de valor, rentabilidad e innovación.

3. Medir es gobernar: sin datos verificables y comparables, la sostenibilidad no logra incidir en la toma de decisiones estratégicas.

4. La ventana voluntaria se está cerrando: la acción temprana permite aprender, ajustar y liderar antes de que las exigencias regulatorias se vuelvan obligatorias.



Sesión paralela **Storytelling: crear, crear y crecer**



Expositor:
Fernando Jaén,
VP de Mercadeo, Comunicación y
Sostenibilidad – BAC Credomatic



Expositora:
Margareth Grisby,
Profesora – INCAE

La sesión abordó el storytelling como una de las competencias más subestimadas, y a la vez más decisivas, en la construcción de liderazgo, cultura organizacional y

sostenibilidad. Lejos de entenderlo como una herramienta comunicacional accesoria, los expositores lo situaron como **el lenguaje a través del cual las personas, las marcas y las sociedades dan sentido a la realidad y movilizan el cambio.**

Desde una perspectiva interdisciplinaria, se planteó que las historias preceden a las decisiones. Las personas creen primero, crean a partir de esa creencia y, solo entonces, crecen. Este patrón, creer, crear y crecer, atraviesa la evolución humana, las dinámicas culturales y las estrategias empresariales. Toda organización, consciente o no, ya está contando una historia.

La sesión subrayó que el storytelling funciona porque está profundamente arraigado en la biología humana. Desde la infancia, las personas construyen identidad y propósito a través de relatos. En contextos familiares, educativos y corporativos, las historias transmiten valores, normas y aspiraciones que ninguna política interna logra imponer por sí sola.



Click en el Link para acceder al video - 1:

<https://youtu.be/HHcLygrmVtU?si=ytSBeUl7gc2cXFk8>

La economía de la atención y el poder de la narrativa

Uno de los ejes centrales fue la paradoja contemporánea es que vivimos en una era de abundancia informativa y escasez de atención. En este entorno, el storytelling emerge como una respuesta estratégica. No porque simplifique la realidad, sino porque **la vuelve comprensible, emocionalmente relevante y memorable.**

La sesión recordó que hoy las organizaciones compiten por segundos de atención. En promedio, una audiencia decide en menos de 20 segundos si conecta o desconecta. Las historias, cuando están bien construidas, funcionan como anclajes cognitivos que permiten atravesar esa barrera inicial.



Click en el Link para acceder al video - 2:

https://youtu.be/LN90woLndm0?si=vnjNod1hz_4xoLbO

Cuando la historia conecta: emoción, cerebro y acción

La profesora Margaret Grisby introdujo el concepto de

acoplamiento neural, explicando cómo una historia bien narrada sincroniza la actividad cerebral del narrador y del oyente. Este fenómeno biológico explica por qué las historias no solo informan, sino que influyen en percepciones, decisiones y comportamientos.

Las narrativas efectivas activan emociones como la empatía, facilitando la confianza y la colaboración. En términos organizacionales, esto se traduce en mayor compromiso interno, mayor credibilidad externa y mayor disposición al cambio.

Sin conexión emocional, incluso las historias técnicamente perfectas pierden relevancia. La calidad narrativa no reside solo en la estructura, sino en su capacidad de resonar con experiencias humanas compartidas.

Las 4 enseñanzas y una adicional

1. Las historias preceden a las decisiones
2. La atención es el recurso más escaso
3. La emoción habilita la acción
4. El propósito convierte la historia en estrategia

Las grandes transformaciones comienzan cuando alguien cree lo suficiente como para contar una historia distinta.

En un mundo que busca sentido, el storytelling es el lenguaje a través del cual el cambio se vuelve posible.



Taller

Ver para Creer, Crear y Crecer: Evaluando el Impacto



Conferencista:
Kevin Anderson,
Consultor de Sostenibilidad
– Regenera

La conferencia abordó uno de los desafíos más determinantes de la sostenibilidad, la necesidad de medir con rigor el impacto de las acciones empresariales y organizacionales. Kevin Anderson situó la evaluación de impacto como el punto de inflexión entre el discurso bien intencionado y la transformación efectiva.

El enfoque planteó que “ver para creer” implica reconocer los efectos de las intervenciones sociales, ambientales y económicas, mientras que “crear” se asocia con la capacidad de diseñar soluciones innovadoras a partir de

esa evidencia. El crecimiento, en este marco, deja de entenderse como expansión y se redefine como progreso compartido entre organizaciones y comunidades.

A través de casos prácticos, la conferencia mostró cómo la medición permite optimizar recursos, fortalecer alianzas estratégicas y tomar decisiones más informadas. Herramientas como indicadores de desempeño y análisis de ciclo de vida fueron presentadas como instrumentos de credibilidad y transparencia.

El cierre dejó la invitación para líderes empresariales y académicos de medir lo que importa es una responsabilidad ética y estratégica. Sin evidencia, la sostenibilidad pierde capacidad de orientar decisiones; con datos, se convierte en motor real de cambio y confianza para el país.

Click en el Link para acceder al video:



<https://youtu.be/kzqySe2zvgU?si=z5vH5rUeXj3AI-kk>

Conversatorio

Programa Única, conversatorio con las ganadoras.



El conversatorio del programa Única de Global Bank puso en el centro la dimensión del liderazgo social que emerge desde experiencias personales y se transforma en acción colectiva. A través de historias diversas, el espacio evidenció cómo la motivación individual, cuando se articula con propósito y estructura, puede generar impacto ambiental y social sostenido.

Las participantes compartieron trayectorias distintas, pero conectadas por un mismo hilo conductor: la decisión de

convertir vivencias personales en proyectos con impacto comunitario. Desde la conservación de la biodiversidad hasta la solidaridad cotidiana y el acompañamiento en salud mental, las iniciativas presentadas mostraron que el emprendimiento social no responde a un único modelo, sino a una lectura sensible de las necesidades del entorno.

Más allá de los proyectos específicos, el conversatorio dejó una reflexión transversal sobre el rol de las mujeres como agentes de cambio. La pasión, la creatividad y la persistencia emergieron como factores clave para sostener iniciativas que, aun naciendo en contextos personales, logran escalar su impacto y construir legado. El espacio reafirmó que la sostenibilidad también se nutre de historias humanas capaces de movilizar empatía, compromiso y acción.

Lunch and leadership

Gobernanza corporativa en la era de la IA: desafíos y oportunidades para los líderes empresariales



Expositora:
Emilia Restrepo,
Rectora – CESA

Sesión auspiciada por:



La sesión abordó uno de los riesgos emergentes más críticos para las organizaciones: la gobernanza de la inteligencia artificial. Emilia Restrepo introdujo el concepto de **Shadow AI** para describir una economía paralela que ya opera dentro de empresas e instituciones, impulsada por el uso masivo de herramientas de IA sin marcos claros de control, ética ni supervisión directiva.

Los datos presentados revelaron una asimetría preocupante. Mientras la mayoría de las personas utiliza

inteligencia artificial en su vida profesional cotidiana, menos de la mitad de las organizaciones cuenta con políticas formales para regular su uso. Esta brecha abre la puerta a riesgos sistémicos que van desde la fuga de información sensible hasta el incumplimiento regulatorio, pasando por sesgos algorítmicos, daños reputacionales y pérdida de confianza.

La sesión subrayó que el mayor peligro no reside en experimentar con nuevas tecnologías, sino en **no gobernarlas**. El miedo al cambio advirtió la expositora, se ha convertido en uno de los principales obstáculos para la toma de decisiones estratégicas. En un entorno donde la tecnología avanza más rápido que la regulación, la inacción equivale a una decisión con consecuencias.

Un punto central fue el rol de las juntas directivas. Las organizaciones que avanzan con mayor solidez son aquellas cuyos órganos de gobierno incorporan competencias digitales, comprensión tecnológica y visión sistémica del entorno global. La inteligencia artificial, planteó Restrepo, debe ser entendida menos como una herramienta y más como un **socio de aprendizaje**, cuya

integración exige criterio humano, ética y liderazgo consciente.

El mensaje de cierre fue que la inteligencia artificial no transformará a las organizaciones por sí sola. **Lo harán los líderes capaces de gobernarla**, preservando valores humanos como la empatía, la ética y la responsabilidad. En esta nueva ecuación, la confianza emerge como el indicador más relevante de desempeño.

Las 4 enseñanzas de Emilia Restrepo

1. La Shadow AI ya opera dentro de las organizaciones: el uso no regulado de inteligencia artificial ha creado una economía paralela que expone a las empresas a riesgos operativos, legales y reputacionales.

2. La brecha entre uso y gobernanza es el principal riesgo: cuando la adopción tecnológica avanza más rápido que las políticas internas, la vulnerabilidad se multiplica.

3. La IA es un tema de junta directiva, no solo de sistemas: las decisiones sobre inteligencia artificial requieren visión estratégica, capacidades digitales y criterio ético desde el

más alto nivel de gobierno corporativo.

4. La confianza se convierte en el KPI central: sin confianza ninguna estrategia de IA es sostenible en el tiempo.



Click en el Link para acceder al video:

<https://youtu.be/1dwYe1aJfok?si=FWzm3jxilzBKeUum>

Lo que está en juego

Para las organizaciones

Las empresas que no desarrollen marcos claros de gobernanza de la IA enfrentarán mayores riesgos de ciberseguridad, pérdida de datos, sanciones regulatorias y erosión de confianza. Gobernar la tecnología se convierte en una condición para la sostenibilidad empresarial.

Para Panamá

La capacidad del país para competir en la economía digital dependerá de organizaciones que integren innovación con ética, regulación y liderazgo responsable. La IA representa una oportunidad estratégica solo si se gestiona con visión y gobernanza.



Jornada de conferencias

Día 2



Desayuno

Zoom al éxito sostenible: tu pyme en perspectiva



Expositora:
Grecia Medina,
CEO y fundadora de Bloom Innova

Sesión auspiciada por:



La sesión puso en foco a uno de los actores más determinantes del desarrollo sostenible: las pequeñas y medianas empresas. Grecia Medina planteó que el éxito empresarial contemporáneo exige ampliar la mirada más allá del resultado financiero inmediato y comprender el impacto como el eje que articula crecimiento económico, bienestar social y cuidado ambiental.

El enfoque partió de la premisa de que el impacto es el corazón del crecimiento sostenible. Cada producto, servicio o decisión genera efectos en su entorno, y reconocerlos

permite transformar la operación cotidiana en una palanca de desarrollo. Para las PYMES, esta conciencia resulta especialmente relevante, dado su arraigo territorial y su cercanía con comunidades y mercados locales.

Uno de los aportes metodológicos centrales fue la introducción de la **Teoría del Cambio** como herramienta estratégica. A través de este marco, los participantes exploraron cómo definir con mayor precisión los problemas que buscan abordar, las actividades que desarrollan, los resultados que obtienen y el impacto que generan. Esta claridad no solo facilita la medición, sino que orienta la toma de decisiones y abre nuevas oportunidades de crecimiento.

La sesión incorporó además un ejercicio práctico apoyado en herramientas de inteligencia artificial, mediante el cual las organizaciones elaboraron un **Manifiesto de Impacto**. Este ejercicio permitió traducir reflexión estratégica en un compromiso explícito con un crecimiento consciente, demostrando que la innovación tecnológica puede ponerse al servicio del propósito empresarial.

El cierre reforzó una idea de que **toda empresa, independientemente de su tamaño, puede convertirse en agente de cambio** cuando actúa con claridad, propósito y medición.

Las 4 enseñanzas del Zoom al éxito

1. El impacto debe ocupar el centro de la estrategia empresarial: integrar impacto en la operación permite alinear crecimiento económico con valor social y ambiental.

2. El propósito orienta decisiones y oportunidades: un propósito claro actúa como brújula estratégica y facilita la identificación de nuevos caminos de crecimiento.

3. Medir es condición para transformar: herramientas como la Teoría del Cambio permiten visualizar cómo una empresa genera transformación real en su entorno.

4. La innovación también es metodológica: el uso de inteligencia artificial para construir compromisos de impacto muestra que la tecnología puede fortalecer la conciencia empresarial.

Lo que está en juego

Para las organizaciones

Las PYMES que no integren impacto, propósito y medición en su estrategia enfrentarán mayores dificultades para diferenciarse, atraer alianzas y sostener su crecimiento en mercados cada vez más exigentes.

Para Panamá

Dado su peso en la economía y el empleo, las PYMES tienen un rol clave en el desarrollo sostenible del país. Su capacidad de innovar con responsabilidad puede acelerar transformaciones económicas y sociales a escala territorial.



Panel regional – Red Integrarse

Crear, Crear y Crecer: la ruta de la sostenibilidad en la región



Conferencista:
Stanley Motta
Presidente SUMARSE



Conferencista:
Christy Luciano
Presidenta ECORED



Conferencista:
Ramón Mendiola
Presidente Junta Directiva AED



Conferencista:
Tomás Regalado
Presidente de FUNDEMAS



Conferencista:
Andreas Kuestermann
Vicepresidente CENTRARSE



Moderación:
Laura Melo de Alfaro,
COO - Grupo Melo

La sesión reunió a los líderes de la Red Integrarse en torno a una conversación sobre la sostenibilidad que sobre pasa fronteras y se ha convertido en un **desafío regional que**

exige coordinación, visión común y liderazgo colectivo.

Bajo este marco el panel planteó que la competitividad futura de la región dependerá de su capacidad para actuar de manera articulada frente a retos globales.

Las organizaciones empresariales de la región ya no discuten si la sostenibilidad es necesaria, sino **cómo integrarla de forma estructural** en modelos de negocio, políticas públicas y sistemas financieros. El énfasis se desplazó del cumplimiento hacia la construcción de propósito, cultura organizacional y alianzas estratégicas.

A lo largo del panel, se evidenció que los avances no han sido homogéneos. Mientras algunos países han logrado consolidar marcos de diálogo público-privado y plataformas de confianza, otros enfrentan brechas significativas en temas ambientales, sociales y de gobernanza. Sin embargo, el consenso fue que **la diversidad de contextos enriquece la agenda regional**, siempre que exista un espacio común para aprender, replicar y escalar buenas prácticas.

La sesión posicionó a la Red Integrarse como un actor clave en esta arquitectura regional, actuando como puente entre empresas, gobiernos, academia y sociedad civil, y facilitando una narrativa compartida sobre lo que significa ser sostenible en el tiempo.

Click en el Link para acceder al video:



<https://youtu.be/sHu16MqFlkA?si=c6kfBNJ-HchTZPEg>

Voces del panel: miradas desde la región

Stanley Motta - Presidente SUMARSE | Panamá

Destacó la necesidad de llevar la sostenibilidad más allá de la operación interna de las empresas, fijando objetivos de impacto dentro y fuera de la organización. La sostenibilidad se entendió como la pregunta estratégica de el “por qué sí” que debe traducirse en cultura consciente y resultados medibles para el país.

Ramón Mendiola - Presidente Junta Directiva AED | Costa Rica

La intervención subrayó que el empresariado no puede delegar el liderazgo del desarrollo sostenible exclusivamente al Estado. Elevar estándares, realizar

diagnósticos honestos y construir rutas de trabajo compartidas se plantearon como condiciones para sostener la competitividad en contextos políticos y sociales complejos.

Christy Luciano - Presidenta ECORED | República Dominicana

Se puso énfasis en el valor de la democracia y el diálogo social como plataformas de confianza para avanzar en sostenibilidad. Al mismo tiempo, se alertó sobre vulnerabilidades críticas en gestión de residuos y recursos hídricos, y se presentó una agenda país orientada a cerrar brechas estructurales hacia 2036.

Tomás Regalado - Presidente de FUNDEMÁS | El Salvador

La mirada se centró en el potencial de las finanzas sostenibles como catalizadoras de transformación social. La propuesta fue clara: canalizar capital hacia soluciones innovadoras que conviertan desafíos estructurales en oportunidades de desarrollo sostenible.

Andreas Kuestermann - Vicepresidente CENTRARSE | Guatemala

Se destacó la importancia de las alianzas con academia y organismos especializados para fortalecer plataformas de acción. La sostenibilidad fue definida como la capacidad de mantenerse en el tiempo, con el talento humano en el centro de la estrategia empresarial.

5 claves de la sesión

1. La sostenibilidad es un propósito regional: los desafíos comunes requieren respuestas coordinadas y visión compartida entre países.

2. La integración multiplica impacto: compartir aprendizajes y escalar buenas prácticas fortalece la competitividad regional.

3. Las alianzas público-privadas son estructurales: el diálogo y la incidencia política son necesarios para crear marcos habilitantes de largo plazo.

4. El capital debe alinearse con el impacto: las finanzas sostenibles y creativas permiten convertir problemas

estructurales en soluciones viables.

5. El talento humano es el activo crítico: no hay sostenibilidad sin equipos comprometidos, protegidos y preparados para el cambio.

Lo que está en juego

Para las organizaciones

Las empresas que no incorporen una mirada regional y de largo plazo enfrentarán mayores riesgos de fragmentación, pérdida de competitividad y aislamiento frente a mercados e inversionistas que exigen coherencia y escala.

Para Centroamérica y República Dominicana

La región se encuentra ante una decisión estratégica: competir de manera desarticulada o **construir una narrativa común de sostenibilidad** que fortalezca su posición frente a cadenas globales de valor, financiamiento internacional y cooperación regional.

Key Note

Liderazgo con impacto: del propósito a la acción



Expositora:
Martha Mata,
Directora general – Toledano



Expositor:
Gabriel Bader,
CEO – Pronaca



Moderador:
Pablo del Arco,
Director América, Valora Consultores

La Key Note abordó el liderazgo con impacto desde la experiencia de organizaciones que han demostrado que el propósito solo adquiere valor cuando se traduce en decisiones operativas, gobernanza sólida y resultados medibles. A través del caso de Toledano y la visión regional aportada por Pronaca, la sesión mostró cómo la sostenibilidad puede integrarse al corazón del negocio sin diluir competitividad ni coherencia.

Con más de siete décadas de trayectoria, Toledano fue presentado como ejemplo de una empresa familiar que ha sostenido sus valores en el tiempo, incorporando prácticas ambientales y sociales como parte de su modelo de gestión. La reducción significativa de residuos, la eficiencia

energética y la adopción de materiales biodegradables evidenciaron una lógica de mejora continua orientada a minimizar impactos y fortalecer legitimidad.

La dimensión social ocupó un lugar central en la reflexión. Programas de seguridad alimentaria y alianzas con pequeñas y medianas empresas mostraron cómo el liderazgo empresarial puede incidir directamente en el bienestar de comunidades, especialmente de niños y jóvenes, entendiendo la nutrición como base para el desarrollo cognitivo, la innovación y la productividad futura.

La conversación subrayó que el liderazgo sostenible exige coherencia entre discurso y acción, así como estructuras de gobierno corporativo que permitan sostener decisiones responsables a largo plazo. En sectores altamente exigentes, la sostenibilidad dejó de aparecer como una ventaja reputacional para consolidarse como condición para seguir emprendiendo.

Click en el Link para acceder al video:



https://youtu.be/Di8o1Ok5WNM?si=AE9KdYa-U2__Nsp2

Claves de la sesión

- El propósito se valida en la operación.
- La sostenibilidad impulsa eficiencia y legitimidad
- El gobierno corporativo sostiene el impacto en el tiempo
- La visión de largo plazo habilita la innovación responsable



Sesión Paralela

Más humanos, mejores negocios: de la palabra a la cultura sostenible



Expositor:
Julio Mosquera-Stanziola,
presidente – ANREH



Expositora:
Cecile Umaña,
CEO – HRQ & Trangram Consulting

Esta sesión abordó uno de los desafíos más silenciosos, y más costosos, para las organizaciones contemporáneas. Se

trata de la brecha entre lo que se dice y lo que se hace. Lejos de tratarse de un problema reputacional superficial, los expositores coincidieron en que la falta de coherencia erosiona la confianza interna, debilita la cultura organizacional y compromete la sostenibilidad del negocio.

A través de ejemplos, se evidenció cómo prácticas aparentemente normalizadas, como desvinculaciones impersonales, discursos de “cultura abierta” que no admiten disenso, jerarquías rígidas disfrazadas de horizontalidad, revelan una distancia profunda entre los valores declarados y la experiencia real de los colaboradores. Esa brecha, cuando se prolonga, genera cinismo organizacional y reduce el compromiso.

El panel introdujo datos contundentes como que solo una minoría de los colaboradores percibe su entorno laboral como saludable, mientras que una parte sustantiva de la experiencia del colaborador depende directamente de su liderazgo inmediato. En este contexto, la cultura deja de ser un conjunto de palabras aspiracionales y se convierte en un sistema de comportamientos observables, especialmente desde quienes toman decisiones.

La conversación subrayó que humanizar el trabajo no equivale a debilitar la exigencia. Por el contrario, implica construir relaciones laborales basadas en respeto, coherencia, comunicación abierta y sentido de propósito compartido. Las organizaciones que logran alinear discurso, liderazgo y práctica retienen talento, construyen resiliencia y legitimidad a largo plazo.

Lecturas estratégicas

1. La coherencia es un activo organizacional: cuando los valores se viven se fortalece la credibilidad y la confianza.

2. El liderazgo define la experiencia real: una parte decisiva de la experiencia del colaborador está mediada por su jefe directo. El liderazgo cotidiano, más que los manifiestos corporativos, es el verdadero transmisor de cultura.

3. Las jerarquías deben servir al trabajo: las estructuras jerárquicas son útiles cuando facilitan decisiones y ejecución. Se vuelven murallas cuando bloquean el diálogo, inhiben la diversidad de pensamiento o refuerzan el miedo.

4. Humanizar no es ser complaciente: tratar a las personas con humanidad implica justicia y escucha activa, no

ausencia de rigor. La exigencia es sostenible cuando se ejerce con respeto y claridad.

5. El propósito conecta, pero solo si es creíble: el sentido del trabajo emerge cuando las personas entienden cómo su esfuerzo contribuye a algo mayor. El propósito solo moviliza cuando se refleja en decisiones reales y cotidianas.



Panel

Transformación de modelos de negocio: incorporación de los retos ambientales



Conferencista:
Alfredo Argueta,
Gerente General de Dicarina



Conferencista:
Miguel Bolinaga,
Presidente de AES Panamá



Conferencista:
Carolina Cuenca,
Gerente General de Sura Panamá



Conferencista:
Ricaurte Vásquez,
Administrador del
Canal de Panamá



Moderación:
Aimeé Sentmat de Grimaldo,
Presidenta ejecutiva, Banistmo

Sesión auspiciada por:



La sesión planteó que, en el contexto actual, la sostenibilidad es una variable que define la viabilidad de los modelos de negocio. Desde la experiencia del sector financiero, Banistmo presentó una lectura sobre cómo los retos ambientales, particularmente los vinculados a energía y recursos naturales, están reconfigurando la toma de decisiones empresariales.

La conferencia situó a Panamá en un momento clave de transición. Desde 2014, la brecha entre oferta y demanda energética obligó al país a acelerar la diversificación de su matriz, incorporando con mayor fuerza fuentes limpias como la energía solar y optimizando el rol histórico de la generación hidroeléctrica. Este proceso evidenció que la

sostenibilidad no es solo una respuesta ambiental, sino una necesidad estructural para la estabilidad económica.

Desde esta perspectiva, la banca emerge como habilitador del cambio. Productos financieros, seguros y mecanismos de inversión alineados con soluciones limpias permiten traducir la conciencia ambiental en decisiones de mercado. La sostenibilidad, se afirmó, redefine qué negocios tienen futuro.

La sesión cerró con una reflexión sobre el valor del recurso hídrico, la prevención ambiental y la evolución cultural en la relación empresa-comunidad. El cambio no es solo tecnológico; es también social y simbólico, y refleja una transformación profunda en la forma en que las organizaciones entienden su rol en el desarrollo del país.

Las 4 enseñanzas de la sostenibilidad en los negocios

1. La sostenibilidad define la viabilidad del negocio: es el marco bajo el cual se toman decisiones responsables y rentables.

2. La transición energética es una prioridad país: la incorporación de energía solar y el fortalecimiento de fuentes limpias responden tanto a necesidades económicas como ambientales.

3. El sector financiero habilita la transformación: productos financieros y seguros verdes permiten acelerar la adopción de soluciones sostenibles en empresas y personas.

4. Prevención y alianzas fortalecen resiliencia: la gestión del recurso hídrico y el trabajo con comunidades consolidan modelos de desarrollo más estables y compartidos.

Lo que está en juego

Para las organizaciones

- La capacidad de anticipar riesgos ambientales y energéticos.
- El acceso a financiamiento alineado con criterios sostenibles.

- La competitividad en mercados que exigen coherencia ambiental.

Para Panamá

- La seguridad energética y la resiliencia del sistema productivo.
- La protección de recursos naturales clave como el agua.
- El posicionamiento del país como plataforma de inversión sostenible.



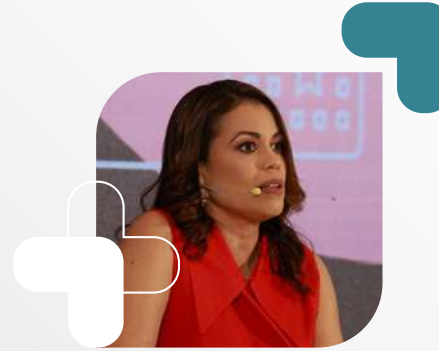
Key Note

JUMP: decidir, apostar y jumpear el entorno

Conferencista:
Julio Spiegel
CEO – Move Up Center



Conferencista:
Brian Lutz
CEO – Emprendementex



Conferencista:
Yesenia Navarro
CEO – Bebrave, Inc.

La Key Note **JUMP** planteó una reflexión directa sobre el liderazgo en tiempos de incertidumbre: avanzar exige decidir, apostar y actuar, incluso cuando el resultado no está garantizado. A través de experiencias empresariales diversas, la sesión invitó a los asistentes a abandonar la comodidad de la inercia y asumir el cambio como una responsabilidad estratégica.

La conversación partió de una premisa común: el entorno ya cambió. Frente a mercados volátiles, transformaciones tecnológicas aceleradas y nuevas expectativas sociales, el liderazgo dejó de ser una función de control para convertirse en un ejercicio de valentía, aprendizaje continuo y construcción colectiva.

Desde distintos ángulos, los panelistas coincidieron en que el verdadero salto no es únicamente empresarial, sino cultural y humano. Decidir con propósito, apostar por la innovación y "jumper" los miedos personales y organizacionales se presentaron como condiciones indispensables para generar impacto sostenible y relevancia en el tiempo.

Click en el Link para acceder al video:



https://youtu.be/MGOYtbo_tBc?si=ev9C70vO3sIMUkCo

Claves de la sesión

1. El liderazgo auténtico no consiste en esperar certezas, sino en tomar decisiones informadas con convicción. Decidir implica asumir riesgos, pero también desbloquear posibilidades de crecimiento y transformación.
2. Las organizaciones que prosperan no son las que evitan el error, sino las que aprenden más rápido. La innovación requiere culturas abiertas al cambio, donde experimentar sea parte del camino y no una amenaza.
3. El salto más difícil no es tecnológico ni financiero, sino

humano. Salir de la zona de confort, enfrentar miedos y cuestionar creencias limitantes es el primer paso para transformar entornos de trabajo.

4. El liderazgo contemporáneo se mide por la capacidad de inspirar, acompañar y construir espacios colaborativos, empáticos e inclusivos, alineados con valores de responsabilidad social y bienestar.



Fireside Chat

Nueva Ley de Pasantías



Conversación con:
Ana Gabriela Soberón Tejada,
Viceministra, Ministerio de
Trabajo y Desarrollo Laboral



Conversación con:
Carmen Sealy de Broce,
presidenta, COSPAE

Participación del sector público

La presentación de la Nueva Ley de Pasantías introdujo una de las discusiones más sensibles y estructurales de la

Semana de la RSE 2025: la transición de los jóvenes panameños desde la educación hacia el mundo del trabajo formal. En particular, se abordó el impacto que la pandemia dejó sobre la generación de 18 a 25 años, marcada por el aislamiento social, la interrupción de procesos formativos y una limitada exposición al entorno profesional.

El dato que encuadra la urgencia es claro. Una proporción significativa de jóvenes no logra acceder a un empleo formal por carecer de experiencia laboral y habilidades consideradas esenciales por el mercado. La Ley de Pasantías surge precisamente para romper ese círculo, creando un puente regulado, seguro y supervisado entre el sistema educativo y el tejido productivo.

Durante la sesión se explicó que este marco normativo no replica modelos tradicionales de pasantía universitaria ni sustituye relaciones laborales formales. Se trata de un instrumento de desarrollo, diseñado para generar experiencia real, acompañamiento y formación práctica, con reglas claras que protegen tanto al joven como a la empresa.

La participación del Ministerio de Trabajo posiciona esta ley como una política pública activa, articulada con programas existentes y con una visión compartida de corresponsabilidad entre Estado, sector privado y sociedad. La ley no delega la solución únicamente al mercado, ni impone cargas desproporcionadas a las empresas, sino que construye un esquema de colaboración orientado a resultados sostenibles.

Ejes que estructuran la Ley

El quiebre del ciclo de la inexperiencia

La ley responde a una realidad concreta del mercado laboral juvenil. Sin experiencia no hay empleo, y sin empleo no hay experiencia. El programa se diseña como una intervención directa para cerrar esa brecha estructural.

Un modelo distinto de inserción laboral

La pasantía regulada se define como una estrategia de desarrollo y no como una relación laboral. Este enfoque permite ampliar oportunidades sin precarizar el empleo ni sustituir puestos de trabajo formales.

Reglas claras para proteger el propósito formativo

El límite máximo de pasantes dentro de las empresas y la obligación del seguro de riesgo profesional garantizan que la pasantía no se convierta en una forma encubierta de subcontratación.

La empresa como espacio de formación real

La ley reconoce que el déficit más profundo de la generación postpandemia no es técnico, sino relacional. Comunicación, seguridad, ética del trabajo y habilidades sociales se convierten en parte del aprendizaje esperado.

El Estado como articulador del sistema

La gestión a través del Ministerio de Trabajo asegura trazabilidad, supervisión y coherencia con otras políticas públicas de empleo juvenil, fortaleciendo la confianza en el modelo.

La Nueva Ley de Pasantías fue presentada como una inversión estratégica en el futuro del país. Al integrar a los jóvenes al mundo del trabajo bajo condiciones formativas claras, Panamá fortalece su capital humano y su competitividad de largo plazo.

Key Note

Movilizando capital hacia la acción sostenible



Expositora:
Diana Isaza,
LAC Sustainability Manager,
Climate Bonds Initiative

La sesión planteó una verdad incómoda pero inevitable para el desarrollo sostenible de que, sin capital alineado, no hay transición posible. La sostenibilidad además de ser una conversación técnica o reputacional, también en una discusión sobre cómo se asignan los recursos financieros y qué tipo de futuro se está financiando.

Desde una perspectiva regional y global, la sesión explicó cómo los instrumentos de deuda etiquetados se han consolidado como uno de los mecanismos más efectivos

para canalizar inversión hacia proyectos con impacto ambiental y social medible. Estos instrumentos no solo responden a compromisos climáticos y sociales, sino que permiten alinear prioridades país con las decisiones del mercado.

La exposición subrayó que movilizar capital sostenible no es filantropía financiera. Es una estrategia de mitigación de riesgos, de diversificación y de fortalecimiento de portafolios frente a un entorno marcado por crisis climática, presión regulatoria y expectativas crecientes de transparencia.

De este modo, la transición sostenible ocurrirá, entre otras cosas, por decisiones de inversión que integren criterios ambientales, sociales y de gobernanza como estándar.

Claves de la sesión

1. Los objetivos climáticos y sociales solo se materializan cuando existen mecanismos financieros capaces de financiarlos de manera estructurada y a escala.
2. Bonos verdes, sociales y sostenibles permiten conectar

proyectos prioritarios con inversionistas que buscan impacto y solidez financiera.

3. Estos instrumentos amplían la base de inversionistas, generan alta demanda y fortalecen la integración de criterios ASG en la estrategia corporativa.

4. La inversión sostenible permite cumplir con requisitos regulatorios, reducir exposición a riesgos ambientales y sociales y anticipar cambios de mercado.



Lunch and Leadership CFO Edition

De la métrica a la acción: cómo incorporar los criterios ESG en la toma de decisiones financieras



Conferencista:

Alicia Moreno Lara,
Directora, environmental, social &
governance (ESG), KPMG México

Sesión auspiciada por:



La sesión auspiciada por KPMG planteó un giro en la conversación sobre sostenibilidad empresarial al trasladarla del terreno de la toma de decisiones financieras. A lo largo del encuentro se evidenció que los criterios ESG ya no pueden gestionarse como un anexo reputacional o un ejercicio de reporte, sino como variables estratégicas que influyen directamente en el riesgo, el acceso a capital, la rentabilidad de largo plazo y la resiliencia del negocio. El rol del CFO emerge, así como una figura central en la integración de la sostenibilidad al modelo de negocio,

articulando métricas, estrategia y gobernanza en un entorno global marcado por riesgos climáticos, regulatorios y sociales crecientes.

Uno de los mensajes centrales fue la evolución del rol del CFO. La función financiera emerge como un actor clave en la integración de la sostenibilidad al modelo de negocio, al articular métricas, gobernanza y estrategia corporativa. La adopción de estándares internacionales y el análisis de doble materialidad permiten a las organizaciones comprender no solo cómo afectan al entorno, sino cómo los riesgos ambientales, sociales y regulatorios inciden en su desempeño financiero y reputacional.

La sesión evidenció que el capital está respondiendo a esta transformación. Las empresas que integran criterios ESG con rigor, consistencia y transparencia fortalecen su credibilidad ante inversionistas, amplían su acceso a financiamiento y reducen el costo de capital. En este escenario, la sostenibilidad deja de percibirse como un costo adicional y se consolida como un habilitador financiero, capaz de conectar estrategia, impacto y competitividad en un entorno global cada vez más exigente.

Las 4 enseñanzas de Alicia Moreno

1. La sostenibilidad se decide desde las finanzas: La integración de criterios ESG en la planificación financiera permite evaluar inversiones no solo por su retorno inmediato, sino por su impacto en la creación de valor sostenible, la reducción de costos operativos y la mitigación de riesgos a mediano y largo plazo. El CFO se convierte en el traductor entre sostenibilidad y desempeño financiero

2. Medir bien es una decisión estratégica: El uso de marcos internacionales como NIIF S1 y S2, SASB, TCFD y GRI fortalece la calidad de la información, mejora la comparabilidad y aumenta la confianza de inversionistas y grupos de interés. La métrica deja de ser un ejercicio técnico y se transforma en una herramienta de gestión y priorización estratégica

3. La doble materialidad redefine el riesgo empresarial: Analizar simultáneamente el impacto de la empresa sobre el entorno y los riesgos financieros derivados de los temas ESG permite anticipar escenarios, proteger la reputación y asegurar la continuidad del negocio. La sostenibilidad, bien gestionada, reduce la incertidumbre

y fortalece la resiliencia organizacional

4. El capital sigue a la credibilidad: Las empresas que integran criterios ESG de manera rigurosa y transparente amplían su acceso a financiamiento, reducen el costo de capital y se posicionan mejor frente a inversionistas que priorizan portafolios responsables. La sostenibilidad se consolida como un habilitador financiero, no como un costo adicional

Lo que está en juego

Para las organizaciones, está en juego la capacidad de tomar decisiones informadas en un entorno de alta volatilidad climática, regulatoria y social, así como su competitividad futura en mercados cada vez más exigentes.

Para Panamá y la región, la incorporación efectiva de criterios ESG en las decisiones financieras representa una oportunidad para movilizar capital hacia proyectos sostenibles, fortalecer la confianza del mercado y consolidar una economía más resiliente y alineada con los desafíos globales



Short

Celebra la vida con moderación



Conferencista:
Giuliana Venutolo,
Reputation Manager – Diageo

La sesión dejó una reflexión clara y necesaria sobre el vínculo entre sostenibilidad, cultura organizacional y decisiones cotidianas. Desde la experiencia de Diageo, el consumo responsable fue presentado no como una campaña puntual, sino como un eje estructural de la estrategia ASG y una forma concreta de generar bienestar en las comunidades donde opera la empresa.

La intervención conectó propósito global con realidad local. A partir de datos nacionales sobre hábitos de consumo en Panamá, se evidenció que los desafíos vinculados al alcohol, como consumo en menores, conducción bajo

influencia y episodios de alto consumo, requieren respuestas basadas en evidencia, pedagogía y corresponsabilidad social. Medir, comprender el contexto y actuar en función de datos locales se consolidó como una condición indispensable para diseñar programas efectivos.

La sesión subrayó además el valor de las alianzas. La escala y el impacto de las iniciativas presentadas no descansan únicamente en la empresa, sino en la colaboración con instituciones educativas, organismos públicos y organizaciones de la sociedad civil. El mensaje final fue directo: la sostenibilidad se construye cuando el propósito se traduce en acción colectiva, educación y decisiones responsables que protegen la vida.

Lecturas estratégicas

1. El consumo responsable como pilar cultural: integrar la moderación y la responsabilidad al ADN organizacional permite que la sostenibilidad se viva en decisiones reales, no solo en discursos corporativos.

2. Los datos locales orientan el impacto: comprender los hábitos de consumo en cada país es clave para diseñar

programas pertinentes, creíbles y alineados con las necesidades reales de la comunidad.

3. La prevención es una estrategia de bienestar: educar a jóvenes, familias y conductores reduce riesgos sociales, salva vidas y fortalece entornos más seguros y conscientes.

4. Las alianzas amplifican resultados: el trabajo conjunto con el sector público, la educación y la sociedad civil permite escalar iniciativas y sostener el impacto en el tiempo.

Sesión de Clausura
Juventud 3C: Voces jóvenes que inspiran



Expositor:
Monique Amado
 Ni Uno +



Expositor:
Andrea Pinzón
 Baran Blu





Expositor:
Diego Díaz
Istmo



Expositor:
José Alejandro Rodríguez
Dame un chance



Expositor:
Nathalie Ríos
Premio Juventud
Agente de Cambio 2025



Expositor:
Isaías Cedeño
Sumarse

La sesión de clausura de la Semana de la RSE 2025 puso el foco donde se están gestando las transformaciones más relevantes: en una juventud que no espera permisos para actuar, sino que construye soluciones desde la convicción, la creatividad y la acción colectiva. Lejos de los discursos aspiracionales, las experiencias compartidas evidenciaron una generación que entiende la sostenibilidad como sistema, no como gesto, y que exige coherencia entre propósito, modelo de negocio e impacto real.

Las historias presentadas mostraron cómo una idea aparentemente simple, un t-shirt con propósito, una comunidad digital, una narrativa distinta puede evolucionar hacia plataformas de triple impacto que conectan personas, empresas y territorios. La clave no estuvo en la escala inicial, sino en la claridad del problema a resolver y en la capacidad de traducir intención en estructuras sostenibles que generan valor económico, social y ambiental de forma simultánea.

El cierre confirmó que el desafío de esta década no es la falta de voluntad, sino la falta de conexión. Existe una ciudadanía dispuesta a involucrarse y un sector privado que

busca cómo hacerlo con mayor efectividad. La juventud aparece aquí como el puente natural entre ambos mundos: interpreta el contexto, diseña mecanismos de participación y transforma la sostenibilidad en una experiencia accesible, medible y compartida.



Click en el Link para acceder al video:

<https://youtu.be/ZzQFP6NLf0E?si=wxEEteXddrx03sRR>

Cinco aprendizajes que dejó la clausura

1. La sostenibilidad no es corregir daños, es rediseñar el sistema:

las iniciativas presentadas coinciden en una premisa clara: limpiar después no es suficiente. El verdadero impacto ocurre cuando se interviene la raíz del problema y se crean modelos que evitan la generación de daño desde el inicio.

2. El propósito necesita estructura para escalar:

las ideas con impacto duradero son aquellas que evolucionan hacia plataformas, alianzas y modelos replicables. El propósito se fortalece cuando se convierte en sistema, datos y gobernanza.

3. La juventud no pide espacio, lo construye: las voces jóvenes demostraron que crear no es un acto ingenuo, sino una decisión informada. Crear implica diseñar espacios nuevos y crecer supone aprender, desaprender y volver a intentar, de forma constante.

4. Impacto sin comunidad no se sostiene: las experiencias compartidas evidencian que el cambio ocurre cuando las personas se sienten parte de una causa común. La sostenibilidad se acelera cuando se vive como comunidad y no como iniciativa aislada.

5. Datos, narrativa y acción deben convivir: la combinación de evidencia, relato y experiencia es lo que permite conectar voluntades dispersas. El impacto se multiplica cuando puede ser entendido, sentido y medido al mismo tiempo.

Lo que está en juego

Para las organizaciones

La capacidad de conectar con nuevas generaciones, atraer talento con propósito y diseñar modelos de negocio alineados con las expectativas sociales. Las empresas que

no integren estas miradas corren el riesgo de quedar desconectadas de su entorno y de sus propios públicos.

Para Panamá

La posibilidad de convertir la energía juvenil en motor de innovación social y económica. Panamá y la región cuentan con una generación capaz de liderar soluciones sostenibles si encuentra ecosistemas que confíen, acompañen y co-construyan con ella.



Cóctel de cierre

Momentos para encontrarse

Espacio auspiciado por:

DIAGEO

El cóctel de cierre **Momentos para encontrarse** fue concebido como un espacio de celebración, distensión y conexión, marcando el cierre de la Semana de la RSE 2025. En esta edición, el encuentro se transformó en una **Noche Retro Antena 8**, una propuesta que combinó música, memoria y cultura, invitando a los asistentes a reencontrarse desde la nostalgia, la alegría y el sentido de comunidad.

El espacio fue auspiciado por **Diageo**, que acompañó la experiencia desde una visión coherente con su compromiso con el consumo responsable. La ambientación, la música y la interacción entre los participantes crearon un entorno propicio para fortalecer vínculos y celebrar alianzas.



Espacios interactivos, networking y activaciones



Más allá de las conferencias y paneles, la Semana de la RSE 2025 se consolidó como un espacio vivo de intercambio, experiencia y conexión. Las activaciones y zonas interactivas permitieron trasladar los conceptos de sostenibilidad, innovación y responsabilidad social a experiencias, facilitando el diálogo entre empresas, organizaciones, aliados estratégicos y participantes.

Casa de Las Baterías Estaciones de carga



Casa de Las Baterías habilitó estaciones de carga como una solución práctica al servicio de los asistentes, integrando comodidad y conciencia energética. Este espacio conectó la experiencia cotidiana con la importancia de la eficiencia y el acceso responsable a la energía, reforzando el rol de la infraestructura como habilitadora del desarrollo sostenible.

Cervecería Nacional

Relax and Connect by Corona Cero



La experiencia Corona Cero invitó a reflexionar sobre el consumo responsable desde un enfoque positivo y experiencial. A través de esta activación, Cervecería Nacional posicionó la moderación como parte de un estilo de vida consciente, alineando disfrute, bienestar y sostenibilidad en un entorno de networking relajado y cercano.

Global Bank

Networking Lunch



El Networking Lunch auspiciado por Global Bank, funcionó como un espacio de encuentro, diseñado para facilitar el networking y el intercambio de ideas, este entorno reforzó la importancia de generar espacios adecuados para el diálogo, la colaboración y la construcción de alianzas con propósito.

TVN Media

Esquina de la Sostenibilidad



TVN Media activó la Esquina de la Sostenibilidad como un punto de entrevistas. Este espacio amplificó las voces del evento, permitiendo que líderes, expertos y participantes compartieran reflexiones clave sobre sostenibilidad, impacto y futuro, extendiendo la conversación más allá del recinto.

Recimetal

Estación de Conciencia sobre Consumo Responsable



Recimetal presentó una estación orientada a sensibilizar sobre el consumo responsable y la correcta gestión de los residuos. A través de información clara y mensajes directos, la activación reforzó la necesidad de incorporar prácticas responsables en los hábitos diarios, destacando el valor de la economía circular.

Ricardo Pérez

Experiencia “Dibuja el auto de tus sueños”



La experiencia “Dibuja el auto de tus sueños” invitó a los asistentes a imaginar la movilidad del futuro desde la creatividad y la sostenibilidad. Ricardo Pérez conectó innovación, aspiraciones y conciencia ambiental, promoviendo una reflexión sobre cómo las decisiones de hoy influyen en el transporte y las ciudades del mañana.

ACP

Hechos de agua



Esta activación puso en valor el recurso hídrico como eje estratégico para el país, reforzando la corresponsabilidad ciudadana y empresarial en su preservación.

Fundamorgan, APLAFA y Espacio Creativo "Enciende la Luz"

Como aliado estratégico, Fundamorgan presentó la estación "Enciende la Luz", un espacio de sensibilización sobre la violencia de género. A través de una experiencia reflexiva, la activación promovió la conciencia, la empatía y el compromiso activo frente a una problemática social urgente, alineada con los valores de equidad y derechos humanos.



Dona Vida Espacio de atención para donantes



Dona Vida habilitó un espacio dedicado a la información y atención de donantes, acercando a los participantes a la posibilidad de salvar vidas mediante la donación.



Billy Truck

Centro de acopio de material reciclable



Billy Truck operó un centro de acopio para material reciclable, facilitando la disposición responsable de residuos generados durante el evento.

Radio Panamá

Espacio para entrevistas



Radio Panamá acompañó la Semana de la RSE con un espacio de entrevistas en directo dentro de la franja informativa matutina. Esto que permitió amplificar los contenidos, testimonios y aprendizajes del evento.

Terpel

Experiencia de realidad aumentada



Terpel ofreció una experiencia de realidad aumentada que combinó tecnología e innovación para transmitir mensajes vinculados a la sostenibilidad. La activación demostró cómo las herramientas digitales pueden convertirse en aliadas para educar, sensibilizar y generar experiencias memorables con impacto.

BAC Credomatic

Espacio de sostenibilidad



BAC Credomatic habilitó un espacio dedicado a la sostenibilidad como punto de reflexión sobre el rol del sector financiero en la transformación social y ambiental.

Compostniendo el planeta

Gestión de residuos orgánicos



El espacio combinó sensibilización, capacitación express y acción directa, invitando a los asistentes a comprender y practicar la correcta separación de residuos orgánicos generados durante el evento. La activación integró el tratamiento posterior de los residuos mediante técnicas de compostaje. Durante los dos días del evento se recolectaron 52.15 kg de residuos orgánicos, gestionados adecuadamente en planta de compostaje.

Regenera Consulting

Medición de huella de carbono personal



Regenera habilitó una activación digital orientada a trasladar la sostenibilidad del plano conceptual al terreno personal. A través de un código QR integrado en los gafetes, los asistentes pudieron medir de forma voluntaria su huella de carbono individual. Un total de 128 personas participaron en la medición de huella de carbono. El análisis arrojó un promedio anual de 12.53 toneladas de CO₂e por participante.

Terapeutas Físicos Nacionales



Se habilitó un espacio de bienestar orientado al cuidado integral de las personas, ofreciendo sesiones breves de masaje terapéutico a los asistentes durante la Semana de la RSE 2025. Esta activación puso en el centro la salud física como un componente esencial de la sostenibilidad humana, reconociendo que el bienestar de las personas es condición necesaria para el desempeño, la productividad y la calidad de vida.





Infografías

**Semana de la RSE
en cifras**



Asistentes únicos al evento **+1,304**

+1,304

Participación en el espacio inaugural

280 líderes



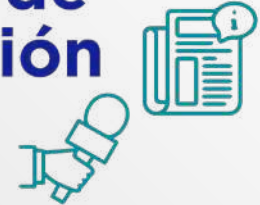
Asistencia a espacios auspiciados

+400



+50

Apariciones en medios de comunicación



30



Periodistas acreditados

+421,000

Visualizaciones en redes sociales



Experiencias y espacios interactivos

20



Donación de sangre
9 donantes
27 vidas salvadas



Eficiencia energética: **uso de pantallas LED en todas las salas**



Agua en envase Tetra Pak: 3,708
unidades distribuidas

Gafetes elaborados con papel reciclado germinable
(semillas de zanahoria y ají)



Compost generado
(estimado)

17 kg



Estructuras y escenografía: **materiales reciclables y reutilizables**, impresiones con **tintas ecológicas a base de agua**

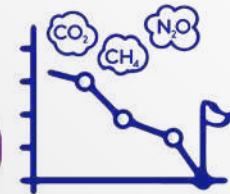


Residuos orgánicos recolectados: 52.15 kg destinados a compostaje



Emisiones de GEI evitadas (estimadas)

88.66 kg CO₂e



Agradecimientos Especiales:

A la Universidad Del Istmo | por la relatoría del evento

- Alejandro Rhoden, Especialista de Labor Social

Estudiantes Relatores:

- Jackeline Andrea Rojas Gomez
- Maria Ibarra
- Katherine Williams
- Nathalie Galindo
- Ginellys Franco
- Nicole Moreno

Proveedores:

- ONEGONA
- La Agencia
- Innova Productions
- Congrex Américas

Auspiciadores
DIAGEO

Benefactores



Oro



Plata



Aliados



sumarse



Creer. Crear. Crecer.