

QUALITY

MAGAZINE



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

REPORTE LAQI PRESENTA LOS PRINCIPALES PROYECTOS

+10 PERFILES
EMPRESARIALES

ESPECIALISTAS LATINOAMERICANOS COMENTAN

ÍNDICE

- 04** **PALABRAS DEL PRESIDENTE**
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA
- 06** **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**
- 08** **OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS**
FERNANDO PASSARELLI
- 14** **3 LEYES PARA LIDERAR EL CAMBIO**
DANIEL TIGANI
- 18** **LOS ODS EN LAS INVERSIONES FINANCIERAS**
JOSÉ MIGUEL YTURRALDE TORRES
- 20** **MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES 2030**
ROSALINDA PIZARRO
- 26** **NOTA CENTRAL**
- 28** **EMPRESAS GLOBALES, ACCIONES SOCIALES**
- 38** **REPORTAJES**
- 40** **SUMMARATINGS**
Calificadora de Riesgos Summaratings agrega valor a las inversiones nacionales y mundiales

44

HIPERCERÁMICO

Hipercerámico, la empresa que revolucionó la oferta de terminación de obra en Argentina

48

AUDICAP

Audicap invierte en RSE en el día a día

50

OFF PAPER

Como OFFPAPER se volvió referencia en papeles especiales

52

GRUPO CLS

Grupo CSL: amplía la capilaridad de sus franquicias en más de 466 ciudades

55

PARQUE MEMORIAL DE GÔIANIA

Cementerio y funeraria

59

PCC

PCC celebra sus 15 años y expande operación y exportación de productos y servicios farmacéuticos en Latinoamérica

62

VIVA OPERADORA LOGÍSTICA

Enfocada en el buen servicio al cliente

65

SCRUM

Tecnología y metodología con enfoque en procesos creativos de desarrollo

68

NOSSO CAFÉ

Nosso café es un espacio acogedor para los negocios

70

FASI CONSULTORIA

Con piezas de colores, aporta a la construcción de estrategias y modelos disruptivos

74

SINDICATO DOS METALÚRGICOS DE ALUMÍNIO E MAIRINQUE

Asociación



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

CEO & FOUNDER
LATIN AMERICAN QUALITY

DIRECTOR GENERAL QUALITY MAGAZINE

JUAN LUIS CORREA

jlcorrea@laqi.org

EDITOR

LUCIANA CORTONA

luciana@laqi.org

EDITOR DE ARTE

THIAGO MONTANARI

thiago@laqi.org

COLABORACION

LILIANA ROA

liliana@laqi.org

ESTIMADOS LAQINOAMERICANOS

¡Bienvenidos a la edición 214 de nuestra Quality Magazine! Para mí, esta es una edición muy especial, dado que hemos realizado cambios profundos en nuestro departamento de Comunicaciones con el propósito de que la experiencia de los Miembros sea cada vez más vinculante con nuestra Organización. Queremos que nuestros #LAQInoamericanos sepan, a través de nuestras acciones, que estamos trabajando por ellos y para ellos en todo momento.

De esa manera, me llena de orgullo presentar a nuestra nueva Chief Communication Officer (CCO), Lic. Luciana Cortona, profesional brasileña con amplia experiencia en comunicación corporativa y gestión de marcas. Sumando en este equipo está la especialista colombiana en Negocios Internacionales Lic. Liliana Roa, el Diseñador Gráfico Thiago Montanari y la asistente Gleice Souza. ¡Bienvenidos a la familia LAQ! Dichos profesionales están trabajando conmigo codo a codo desde nuestra oficina en São Paulo, donde les puedo transmitir en todo momento de dónde venimos y a dónde vamos.

En esta edición tan especial, presentamos una profunda mirada a los 17 Objetivos Desarrollo Sostenible, donde a través de un análisis propio y a nuestro estilo contamos experiencias exitosas de nuestros miembros.

Además, contamos con artículos técnicos desarrollados por nuestros especialistas, así como la publicación de variados perfiles de empresas que siguen nuestro Modelo de Excelencia LAEM y que, a través de este, alcanzan resultados sorprendentes en la gestión de sus negocios.

En unos días más empezamos nuestra agenda anual de encuentros; en los próximos seis meses pasaremos por 9 países y tendremos la oportunidad de impactar a más de 2000 personas en nuestros Quality Summit. ¿En cuál de ellos nos encontraremos?

¡Los veo pronto!
Un abrazo a la distancia,

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

CEO & FOUNDER
Latin American Quality institute



SOCIEDAD
INTERAMERICANA
DE PRENSA

AUGURO

ESTRATEGIA, COMUNICACIÓN Y MANEJO DE CRISIS

MOVING FORWARD

YOUR POLITICAL VISION

MÉXICO



Nuestros servicios:

- **El mapa no es el territorio:**
Exploración cualitativa y cuantitativa.
- **La base del éxito es la cohesión del territorio:**
Comunicación que sane heridas sociales y construya orgullos.
- **Un like no es un voto:**
Estrategia de caballo blanco y caballo negro.
- **El verdadero cambio trasciende las marcas:**
Comunicación social y gubernamental a partir de la decodificación del contexto.
- **Se construye desde el caos para transformarlo:**
Conocer la naturaleza de la crisis para acabarla con su propio fuego.
- **Inspirar desde la imagen, capturar desde la historia:**
Contenido audiovisual que cuente historias y cree un vínculo con la audiencia.

ESTADOS UNIDOS



COLOMBIA




FRANCIA



 auguroo

 @Auguroo

 @auguroo

Giselle Perezblas
CEO

www.auguro.net
011+52 (55) 4744. 62 00
011+52 (55) 1849. 69 80



ODS

MAPA MUNDI MÁGICO

Rasca con el bastón y los colores del mapa van apareciendo



Excelente opción para regalar
Utilice un marco
Elemento decorativo

RASPE LOS LUGARES
QUE HAY CONOCE

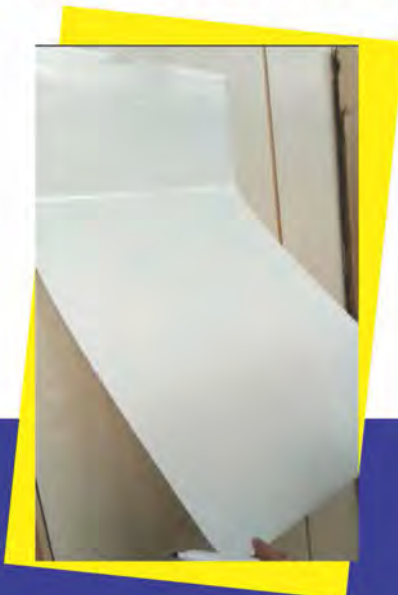
Se fija en cualquier superficie

Off Static

Película estática para anotações

USO EN PALESTRAS - OFICINAS - ESCUELAS - PRESENTACIONES - DIVERSIÓN INFANTIL

SIN COLA - REMOVÍVEL - APAGABLE



Hable con nosotros: (35) 3271-1450 / 3271-3559 / 3271-3483

E-mail: vendas@papeisoffpaper.com.br

www.papeisoffpaper.com.br



OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS!

 (+54) 91144794319

 ferespass@hotmail.com



FERNANDO PASSARELLI
Coordinador en AMIA

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS

El 25 de septiembre de 2015, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) aprobó en su Asamblea General los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que la comunidad internacional pretende alcanzar antes del año 2030 con el fin de erradicar la pobreza, proteger el planeta, reducir las desigualdades y asegurar la prosperidad las sociedades a nivel planetario.

Cada objetivo tiene sus propias metas e indicadores para darle concreción y permitir su seguimiento. Alcanzarlos sólo será posible si se identifican y potencian modelos, experiencias e iniciativas políticas, económicas, sociales y/o ambientales que hayan demostrado su contribución a un Desarrollo Sostenible.

Este modelo de Desarrollo al que se aspira, es aquel que “satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” asegurando la viabilidad, el equilibrio y respeto a los cuatro factores que lo componen: social, ambiental, cultural y económico dentro de los límites planetarios.

¿POR QUÉ LOS ODS SON IMPORTANTES PARA LOS NEGOCIOS?

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial y las aspiraciones para el año 2030 y buscan movilizar los esfuerzos a nivel global en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes. Los ODS hacen un llamado a la acción entre gobiernos, empresas y sociedad civil, para poner fin a la pobreza y crear una vida digna y de oportunidades para todos, dentro de los límites del planeta.

En palabras del que supo ser Secretario General de las Naciones Unidas en momentos del nacimiento de la iniciativa de los ODS, Señor Ban Ki-moon, el empresariado es un socio vital para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que pedimos a las empresas de todo el mundo, que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados.

ESTOS OBJETIVOS SON:



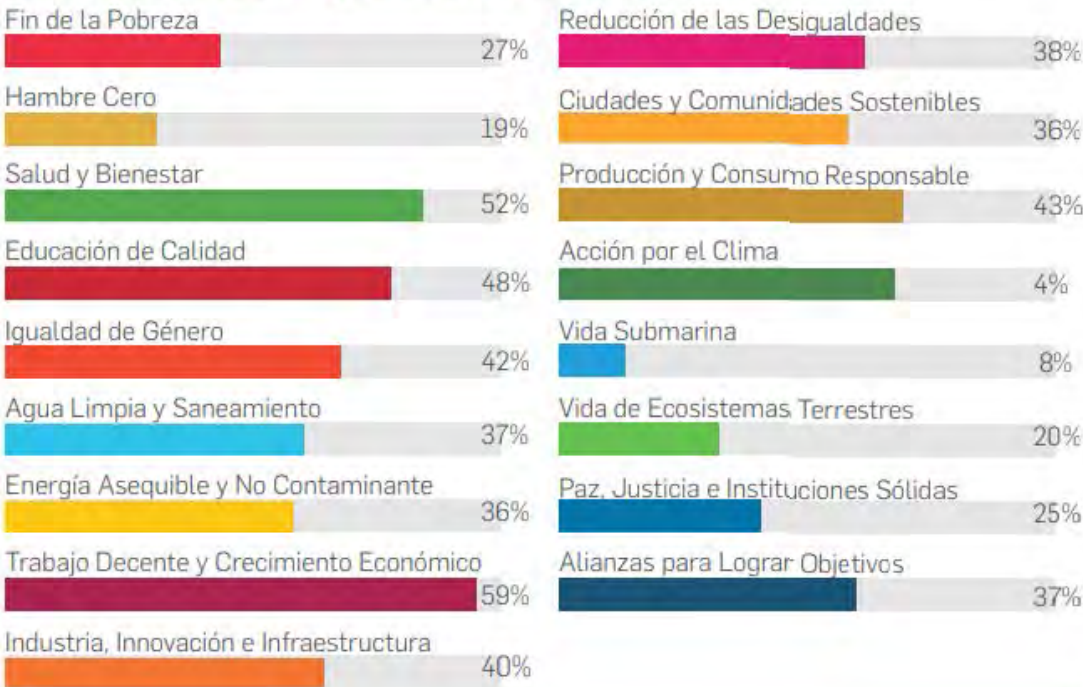
Una investigación de reciente edición, desarrollada por las Redes del Pacto Global con sede en Latinoamérica, recorre una encuesta sobre empresas de la región en relación al abordaje de iniciativas vinculadas a cada uno de los 17 Objetivos, y puede apreciarse en el cuadro que sigue la tendencia de priorización de ciertas dimensiones: Trabajo Decente y Desarrollo Económico, con un 59% de las empresas encuestadas, Salud y Bienestar, con un 52% y Educación de Calidad, con un 48%. La triada que continúa en intensidad de iniciativas es: Producción Y consumo Responsable, con 43%, Igualdad de Género, con 42%, y en tercer lugar un empate con el 40%, de Industria Innovación e Infraestructura y Acción por el Clima.

Los escépticos suelen menoscabar la trascendencia de esta iniciativa, por cuanto es de adhesión voluntaria y de reporte auto-declarativo, está sujeta a un uso cosmético que suele ser frecuente en la actividad empresarial. En cualquier caso, más importante que los logros suele ser el camino. Si Naciones Unidas logra posicionar esta agenda al punto que inspire a las empresas a desarrollar negocios más sanos, ya habrá sido un éxito.

Empresas que avanzan hacia los Objetivos Globales



de las empresas de América Latina y el Caribe están actuando en pos de los Objetivos Globales



La investigación recién citada, también profundiza sobre Motores y Barreras a la hora de alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los cuadros que siguen son ilustrativos.

Dentro de las motivaciones que impulsan a las empresas, se destacan la contribución al fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés, que el marco brinda recursos para ponderar temas y ordenar la gestión y que el esquema representa un recurso útil para comunicar las contribuciones que la empresa aporta al Desarrollo.

Por parte de las barreras, la falta de herramientas de implementación, debilidad en alianzas con el sector público y falta de consenso hacia el interior de la empresa.

¿CUALES SON LAS PRINCIPALES BARRERAS DE SU ORGANIZACIÓN PARA TRABAJAR CON LOS ODS?

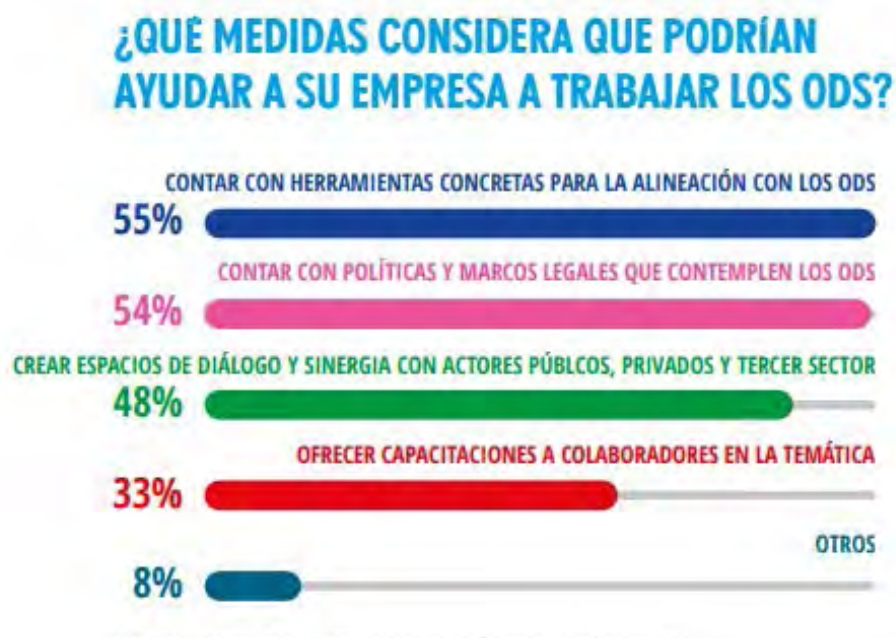


¿CUALES SON LOS PRINCIPALES MOTORES DE SU EMPRESA PARA TRABAJAR CON LOS ODS?



Al ser consultadas las empresas sobre medidas que las ayuden a trabajar con los ODS, se pondera el acceso a herramientas, políticas y marcos legales que contemplen los ODS y la creación de espacios de diálogo y sinergia.

Aquí el cuadro:



Por último, y sobre la base de la identificación de la falta de herramientas prácticas como una barrera para la implementación de acciones en el marco de los ODS, es oportuno destacar la disponibilidad de una guía pública y gratuita que presta asistencia a las empresas en la tarea de el paso a paso hacia el alineamiento con el modelo de Naciones Unidas.



Renove o ar de sua empresa com exaustores



**As melhores soluções para renovação de ar
em ambientes comerciais e industriais**



A Qualitas é uma tradicional fabricante de exaustores. Nossos produtos permitem a composição de soluções customizadas para renovação de ar em grandes ambientes ou incorporadas ao maquinário, com excelente índice de custo benefício.

QUALITAS ESPECIALISTAS EM VENTILAÇÃO

Saiba mais, faça contato:

www.qualitas.ind.br

Central de atendimento: 19 3913.9300



3 LEYES PARA LIDERAR EL CAMBIO

 (+54) 91130191433

 tiganidaniel@gmail.com

DANIEL TIGANI

DIR. EJECUTIVO CIMBRA

Toda organización que aspira lograr y mantener una posición de excelencia debe comprender la importancia de aceptar constantes cambios como la manifestación más natural de salud.

He percibido que la mayoría de las personas que trabajan en empresas, aceptan el concepto de mejora continua como una realidad ineludible para la supervivencia, pero encuentro que no muchos ven claramente que la mejora continua, no es otra cosa que el cambio continuo.

Hay gente como el Sr. Campana, gerente de una prestigiosa empresa que quiere mejorar sin cambiar nada. A propósito, le llaman Campana porque es «tan ton tín».

El cambio produce incertidumbre y temor, por esa razón, la resistencia al cambio parece una actitud natural. Dejar de lado el temor y aceptar la realidad del cambio es el precio de la mejora. El cambio vendrá de todos modos y mejor que resistirlo es liderarlo.

«El cambio es la única constante».

«No todos los cambios producen mejoras, pero sin cambios no habrá mejoras».

A los 26 años de edad, fui contratado para el turn-around del departamento de servicio al cliente en una importante compañía de electrónica de consumo. Durante seis meses, con objetivos muy claros se pudo dar vuelta el sector mejorando de forma dramática su funcionamiento que era deficiente debido a su concepción burocrática.

Lo particular de este caso, fue que el gerente del sector, un maduro ingeniero entrenado por la Fuerzas Armadas Británicas, estuvo a mi lado la mayor parte del tiempo a pesar de estar jubilándose en razón de su edad y del último de tres infartos, fruto de su esfuerzo por lograr estos objetivos en soledad.

Luego de seis meses, en los que tuve absoluta libertad para tomar decisiones, mi trabajo concluyó exitosamente antes de la fecha prefijada. Como resultado me encomendaron un nuevo desafío en una planta industrial que forma parte de otra historia.

Mientras duró este proceso de *turn-around*, me reuní cada día con el gerente del sector para analizar el curso de las acciones y los resultados obtenidos. En esas charlas junto a mi colega en retirada, acuñamos la idea de pronosticar basados en la física clásica de Newton, los acontecimientos posibles como consecuencia del cambio.

A continuación parafraseando estas leyes voy a tratar de explicar los principios que aprendidos en esa experiencia, he aplicado en muchos otros casos con idénticos resultados.

1) PRINCIPIO DE INERCIA:

Todo cuerpo al que no se le aplica un impulso, permanece en estado de reposo o de movimiento uniforme.

Lo primero que debo asegurar si quiero una mejora es la acción. No parece una gran noticia pero cuantas cosas se dejan de hacer simplemente porque alguien cree que no son prioritarias y elige no preguntar. Cosas que se empezaron a hacer y no se mantuvieron en el tiempo porque no eran para evaluarlas inmediatamente. Reportes, controles, estadísticas, reuniones de equipo, que se dejaron porque nadie reclamó y entonces llega el día donde queremos ver resultados y no están. Luego preguntamos: ¿Por qué no se está haciendo tal o cual cosa? Y la respuesta puede ser: Nadie nos dijo que teníamos que seguir haciéndolo. Aunque tampoco nadie dijo que dejaran de hacerlo.

Liderar la mejora es liderar el proceso de cambio e implica liderar la acción sabiendo que todo lo que no recibe impulso no se mueve, o simplemente se repite hasta el hartazgo sin cambios.

El que al viento observa, no sembrará; y el que mira a las nubes, no segará.
(Eclesiastés 11:4)

2) RELACIÓN ENTRE IMPULSO Y CANTIDAD DE MOVIMIENTO:

La cantidad de movimiento de un cuerpo es igual al impulso que se le aplica. La aceleración que este cuerpo toma es directamente proporcional a la fuerza que se le aplica e inversamente proporcional a la masa del mismo.

La aceleración que tome el cambio será proporcional al impulso que se le dé al mismo, e inversamente proporcional a la magnitud de lo que quiero cambiar. Si quiero una mejora incremental puedo apelar a la mejora continua, pero si quiero un cambio radical y dramático entonces necesito innovación y reingeniería. Todo líder debe saber claramente si lo que necesita es hacer algunos cambios o un verdadero *breakthrough*. El equipo debe entender claramente de que nos estamos defendiendo, si es de los mosquitos o de una estampida de elefantes. Todos los esfuerzos suelen ser proporcionales a los resultados que espero alcanzar. Los recursos, la atención y la prioridad que reciba una acción serán proporcionales a los resultados. Nada importante se logra sin un esfuerzo importante.

Pero esto digo: El que siembra escasamente, también segará escasamente; y el que siembra generosamente, generosamente también segará. (2 Corintios 9:6)

3) PRINCIPIO DE ACCIÓN Y REACCIÓN:

Toda fuerza aplicada a un cuerpo en un punto recibe una resistencia de igual dirección e intensidad pero de sentido contrario en el punto determinado.

No se puede esperar que los cambios que sacan a las personas de la comodidad de la rutina se acepten sin resistencia.

Sabemos que el stress no viene de lo mucho que hacemos sino de esas cosas que están pendientes todavía. Creo que cuando proponemos algo al equipo y éste lo acepta sin chistar debemos preguntarnos: ¿Estaremos realmente cambiando algo?

Generalmente se necesita una crisis para que las empresas decidan un cambio profundo. El sabio gerente me aconsejó diciéndome: «las grandes acciones generan grandes reacciones y un conjunto de pequeñas acciones genera un conjunto de pequeñas reacciones».

Si no logramos vencer la resistencia no habrá movimiento. Todo plan de acción que no contemple un plan de reacción está dejando de evaluar lo que realmente pasará.

¿Ha oído Ud. hablar de planes de contingencias? La reacción no es una contingencia, es algo que inevitablemente ocurrirá y si deseo liderar el cambio debo también liderar la reacción.

Cada posible reacción tiene que estar ponderada dentro del plan para poder evaluar correctamente el impulso que demandará vencerla. Esto permite establecer presupuestos y planes veraces. Muchas empresas abandonan el cambio porque comenzaron sin conocer el verdadero esfuerzo que requiere.

Porque ¿quién de vosotros, queriendo edificar una torre, no se sienta primero y calcula los gastos, a ver si tiene lo que necesita para acabarla? No sea que después que haya puesto el cimiento, y no pueda acabarla, todos los que lo vean comiencen a hacer burla de él, diciendo: Este hombre comenzó a edificar y no pudo acabar.

O qué rey, al marchar a la guerra contra otro rey, no se sienta primero y considera si puede hacer frente con diez mil al que viene contra él con veinte mil? Y si no puede, cuando el otro está todavía lejos, le envía una embajada y le pide condiciones de paz. (San Lucas 14:28-32)

Evidentemente, provocar un cambio positivo es pasar de cualquier situación determinada a otra mejor y si entendemos que esto no es cuestión de suerte, necesariamente debemos liderar el cambio.

LOS ODS EN LAS INVERSIONES FINANCIERAS



☎ 593.9.95594471

✉ jmyturalde@ypsilom.com

JOSÉ MIGUEL YTURALDE TORRES

Director General YPSILOM

LA MADURACIÓN DE LAS EMPRESAS

Inicialmente, las empresas adoptaron una visión del mundo centrada en ellas, donde la razón de su existencia giraba en torno a maximizar únicamente las ganancias; y se hacían bien las cosas solo para evitar multas del gobierno. Más tarde, a medida que las empresas reconocían sus roles como agentes dentro de un ecosistema económico más amplio, comenzaron a aceptar y adoptar principios básicos de responsabilidad corporativa.

Aun así, la responsabilidad corporativa estaba asociada con la filantropía. Las empresas ahora están comenzando a reconocer los méritos de un enfoque totalmente integrado a la sostenibilidad, uno que incorpora la responsabilidad corporativa y la toma de decisiones estratégicas, como un imperativo para garantizar el éxito a largo plazo.

Esto se da en gran medida porque para cumplir con sus requisitos de retorno a largo plazo, los inversores deben estar atentos a las interdependencias del entorno en el que operan las empresas. En este contexto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU son un marco útil para ayudar a evaluar si las empresas están produciendo productos y servicios que tienen un valor a largo plazo para la sociedad. Solo estas empresas tendrán el potencial de adaptarse y prosperar en el futuro, lo que las convertirá en opciones de inversión sostenibles.

Además, se ha demostrado que aparentes ineficiencias a corto plazo (por ejemplo, pagar por encima del salario mínimo que contribuye a una serie de ODS, como fin de la pobreza, trabajo decente, salud y el bienestar) aumentan la durabilidad a largo plazo de las carteras y por lo tanto debe integrarse en las inversiones.

REDUCCIONISMO VS COMPLEJIDAD

Se han criticado a los ODS por ser demasiado amplios y complejos para establecer de forma efectiva las prioridades, especialmente para los gobiernos. Sin embargo, la evolución de los ODS desde los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) que eran más simples, proporciona una cobertura más completa de los desafíos del mundo y sus interdependencias. Desde esta perspectiva los ODS son un marco útil para la inversión pues permite la construcción de una cartera a largo plazo que va más allá de la visión tradicional “reduccionista” que prevalece en el mundo financiero. Esta cosmovisión reduccionista que se basa en un determinismo ejemplificado por la física newtoniana cree poder predecir cualquier cosa si se cuenta con la información necesaria.

En las finanzas tradicionales, se asume que las inversiones son independientes y no correlacionadas. Este pensamiento se ejemplifica en los análisis que se realizan a las empresas de forma específica, como un modelo de flujo de efectivo aplicado de forma aislada. Si bien son fáciles de aplicar, estos modelos tienen un corto horizonte de tiempo (3-5 años) lo que significa que los eventos no lineales que se materializan en el largo plazo son típicamente excluidos.

La teoría de la cartera moderna (Modern Portfolio Theory) progresó entendiendo que diferentes activos se comportan e interactúan de forma diferente. Este reconocimiento de interdependencias básicas es lo que ahora consideramos las finanzas convencionales. Otros enfoques que amplían el análisis incluyen mirar el “riesgo país” u otros factores exógenos que influyen en los rendimientos esperados.

Pero las interdependencias sistémicas y los riesgos no lineales aún tienen que integrarse en el análisis fundamental. En las ciencias naturales, el cambio hacia un enfoque de pensamiento sistémico ya ocurrió en la primera mitad del siglo XX. La economía también adoptó un enfoque de pensamiento sistémico, como se demuestra en la idea de que toda actividad económica está “incrustada” dentro de las limitaciones institucionales formales e informales. Desde esta perspectiva, es contraproducente desasociar la actividad económica de otros objetivos sociales.

Esta integración de las actividades comerciales dentro de un sistema económico y social más amplio, recientemente se reconoció en el mundo de las inversiones al considerar no solo los factores económicos considerados en el MPT, sino también los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG en inglés). Este enfoque, generalmente llamado “inversión sostenible”, reconoce que los factores sistémicos interactúan de manera inesperada con las inversiones, produciendo lo que estadísticamente se conoce como distribuciones de “cola pesada”.

CONCLUSIÓN

Las empresas no operan en aislamiento; son parte de un sistema interrelacionado más grande formado por variables que interactúan de manera impredecible. Sin embargo, los modelos tradicionales utilizados en la construcción de carteras no tienen en cuenta suficientemente la interacción de las empresas con otras empresas, actores y variables dentro del sistema y su impacto en ellas.

Estos impactos pueden tener consecuencias graves y de gran alcance tanto para el ecosistema empresarial como para la sociedad. Cuando se consideran a largo plazo, muchas empresas no sostenibles están, en la actualidad, sobrevaloradas y muchas empresas sostenibles están subvaloradas.

Los ODS proporcionan un marco útil para ayudar a las empresas y los administradores de inversiones a implementar un enfoque de pensamiento de sistemas que considere el impacto de las decisiones sobre los recursos futuros. Una evaluación holística de la compañía protege los rendimientos de la cartera al sincronizar de mejor manera los activos a corto plazo con los pasivos a largo plazo.



IMPER Wash

CONCEITO EM LIMPEZA E IMPERMEABILIZAÇÃO DE CARPETES E ESTOFADOS.

Localizada em Belo Horizonte e somando mais de 21 anos de experiência no setor, a ImperWash oferece para você um serviço de qualidade e excelente atendimento.

Todos os produtos utilizados em nossos serviços são **certificados e controlados pelos órgãos competentes**, nosso impermeabilizante **Impertector NÃO É TÓXICO, NEM INFLAMÁVEL**, na limpeza usamos **técnica Italiana com maquinário, extratoras e shampoos próprios que lavam, higienizam e sanitizam o estofado tratado.**



Antes



Depois



Temos vários prêmios de Qualidade, entre eles o **Prêmio MultiTopOuro em 2016, Quality e Quality Internacional em 2017 e Empresa Brasileira do Ano em 2018.**



Horário de Funcionamento

Segunda a Sexta: 9:00 - 18:00 | Sábado: 8:00 - 12:00 | Domingos e Feriados: Fechado

www.imperwash.com

(31) 3786-0604

(31) 99413-8517

/ImperWash

contato.imperwash@gmail.com

Rua Padre Felipe da Silva, 613 - Santa Cruz - CEP 31155-020 - Belo Horizonte - MG



MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES 2030

+52(1)55 5406 4219

rpizarros@espacioempresarial.com.mx

ROSALINDA PIZARRO

Director General - Espacio empresarial

Durante muchos años hemos hablado de la globalización y como las empresas deben hacer frente a los grandes retos que esto implica, sin embargo, la realidad actual nos obliga a ir más allá y hoy tenemos que voltear a revisar los objetivos de desarrollo sostenible.

Hagamos un resumen breve de dichos objetivos que nos permita entrar en contexto, en septiembre de 2015, más de 150 jefes de Estado y de Gobierno se reunieron en la Cumbre del Desarrollo Sostenible en la que aprobaron la Agenda 2030. Esta Agenda contiene 17 objetivos de aplicación universal que, desde el 1 de enero de 2016, rigen los esfuerzos de los países para lograr un mundo sostenible en el año 2030. Si bien los Objetivos de Desarrollo Sostenible no son jurídicamente obligatorios, se espera que los gobiernos los adopten como propios y establezcan marcos nacionales para su logro.

Estos objetivos buscan promover a todos los países, ya sean ricos, pobres o de ingresos medianos, a adoptar medidas para promover la prosperidad al tiempo que protegen el planeta.

Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo

Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades

Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos

Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas

Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos

Objetivo 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Objetivo 10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos

Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos*

Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas

Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Ahora la gran pregunta es ¿qué hago yo desde mi empresa para aportar valor a esta iniciativa? ¿cómo me incorporó a la agenda 2030?, podríamos hablar de muchas respuestas, pero desde el enfoque de este artículo, podríamos decir que es incorporando metodologías que me permitan como empresa pyme, vivir los objetivos en el día a día. Te quiero compartir algunas de esas metodologías que desde México venimos trabajando para las empresas de menor tamaño.

1. CONSULTORÍA PYME JICA

Metodología desarrollada en México con apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y la Secretaría de Economía, con el objetivo de fortalecer a las pymes de forma integral, a través de un diagnóstico de sus áreas funcionales, con el objetivo de presentar propuestas de mejora dirigidas por un consultor especialista en pymes. Las áreas funcionales a atender son: administración, operaciones, recursos humanos, mercadotecnia y finanzas. Esta metodología dió origen en México a un estándar de competencia para certificar personas especialistas como consultor pyme.

2. LEGO SERIOUS PLAY

Herramienta metodológica que permite hacer intervenciones lúdicas en las empresas, para atender problemáticas específicas y permitiendo que quienes viven dichas problemáticas, a través de un “juego”, puedan evaluar las áreas de oportunidad y presentar estrategias en tiempo real que atiendan esas situaciones. Esta es una metodología desarrollada en Lego Dinamarca, que utiliza los juguetes lego para poder contruir modelos por los participantes que representen las respuestas a preguntas concretas enfocadas a atender problemáticas específicas. Estas intervenciones son dirigidas por consultores certificados por la Asociación Mundial de Master Trainers®.



3. SOLVE

Es una metodología de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), basada en el concepto de trabajo seguro, que permite integrar la promoción de la salud a las políticas de seguridad y salud en los lugares de trabajo. Es decir, la promoción y el mantenimiento de la salud física y mental de los trabajadores. Esta metodología dió origen a dos iniciativas, un estándar de competencia para quien facilite los procesos de incorporación de estas prácticas a la empresa y una norma mexicana de aplicación para las empresas NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo.



4. PROTOCOLO PARA EMPRESAS FAMILIARES.

Si hacemos un recuento de las empresas familiares que existen podremos entender la importancia que tiene la institucionalización de estas empresas, ya que representan más o menos el 90% de las empresas, no solo en México y Latinoamérica, sino en el mundo. Establecer las reglas del juego de estas empresas para asegurar su permanencia durante varias generaciones, es el gran reto a cumplir. Para ello contamos con metodologías desarrolladas con expertos, como Salo Grabinsky, autor de las de 25 libros especializados en este perfil de empresas, que nos permite acerca estos beneficios a las empresas de menor tamaño, que por los costos que han representado, normalmente no lo aplican.

Estas son algunas de las metodologías más representativas que permiten a las empresas contar con modelos de negocio orientados a cumplir los objetivos de desarrollo sostenible e incorporarse a la agenda 2030.



NOTA CI

An aerial photograph of a farm during the golden hour of sunset. The landscape is a patchwork of green fields and brown soil. A large, semi-transparent green recycling symbol is overlaid on the left side of the image. A black rectangular box is positioned horizontally across the middle of the image, containing the word 'CENTRAL' in white, bold, sans-serif capital letters. The word 'CENTRAL' is partially obscured by the recycling symbol and the background fields.

CENTRAL

EMPRESAS GLOBALES, ACCIONES SOCIALES

Una serie de acciones apoyan el desarrollo de acciones sostenibles con miras a la Agenda 2030: las empresas tienen dos años para aprender la dinámica y empezar a presentar sus resultados corporativos con enfoque en Responsabilidad Social, Compliance y Calidad.

El Pacto Global es una acción propuesta por la Organización de Naciones Unidas para dar luz y coraje a las empresas para adoptar políticas de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad en sus procesos. La gran jugada es que las marcas tengan un diálogo constructivo entre empresas, sindicatos, organizaciones de la ONU, organizaciones no gubernamentales y demás sociedades para que haya desarrollo del mercado global, inclusivo y sostenible, dando una dimensión social a la organización. Pensando en ello, fuimos a investigar desde el interior de la red de LAQI las principales novedades de las empresas, qué es lo que las empresas brasileñas, chilenas, peruanas y mexicanas están desarrollando para su ecosistema empresarial dirigidas a la sostenibilidad, innovación y responsabilidad social.

La actuación de América Latina camina a pasos firmes. Cada nación tiene su representatividad y empresas firmantes actuantes. Son más de 4375 empresas firmantes presentes en el Pacto Global diseminadas por Brasil, Argentina, Colombia, Paraguay, Guatemala, Bolivia, Costa Rica, México, Perú, Ecuador, Nicaragua, Uruguay, Chile, El Salvador y Panamá.

La aproximación con el sector privado es fundamental para garantizar la implementación y gerenciamiento de los ODS en diferentes esferas de actuación. De acuerdo con un estudio divulgado por la Red Brasil del Pacto Global, de las 800 empresas firmantes del programa, cerca del 41% ya desarrollan iniciativas que se alinean a la Agenda 2030 y 35% están aún en fase de adecuación de las operaciones con la nueva agenda de desarrollo sostenible.

Aún sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) hasta 2030, las empresas de América Latina tendrán mucho por desarrollar y realizar para garantizar un mundo mejor a las futuras generaciones. Hicimos investigaciones en la red de LAQI sobre cómo las empresas realizan programas de incentivo y desarrollan la transversalidad en los desafíos de los ODS, que consisten en la dificultad de como cada una apoya el desarrollo y principalmente como participa.

Las empresas, para acompañar la Agenda 2030, han realizado esfuerzos para integrar a sostenibilidad en la gestión estratégica de sus negocios, en el proceso de toma de decisión y en la gobernanza corporativa. Observe a continuación algunos ejemplos de acciones del sector privado a fin de aportar y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de sus actividades de negocios, como es el caso de la empresa mexicana A3P, que consiguió alinear una nueva dirección de sus negocios en el sector de la impermeabilización, en el que los neumáticos y materiales de tecnopor (unicel) usados, que no tendrían ninguna utilidad, se transforman en subsidio para el desarrollo de impermeabilizantes, reintegrándolos a la naturaleza, aun pasando por procesos químicos.

Ya en el área de preservación ambiental, tenemos también a Concentrado de Proteínas, una empresa con enfoque en piscicultura, en el cultivo de anchoas, y que realiza una acción para atenuar la contaminación en las aguas marinas del Océano Pacífico.

En el área de igualdad de Género y Responsabilidad Social, Inoar Cosméticos presenta una serie de novedades con foco en la elevación de autoestima al destacar la belleza de las personas. Desarrollando también una serie de iniciativas para garantizar el primer vínculo laboral de jóvenes brasileños.

ENERGÍA RENOVABLE Y EDUCACIÓN DE SU EQUIPO



QUALITAS

Qualitas, especialista en extracción y ventilación industrial, presenta buenos rendimientos en sostenibilidad en la región interior del Estado de São Paulo. Localizada en Itapira, la unidad fabril de la empresa ocupa un área de 11 mil m² y favorece la implantación y producción de más de 40 tipos de ventiladores axiales y 15 tipos de ventiladores centrífugos, atendiendo las principales necesidades del mercado.

En la parte de desarrollo sostenible, el fabricante de Ventiladores y Extractores Qualitas ha logrado reducir el consumo energético con la instalación de paneles solares fotovoltaicos, lo que muestra la preocupación ambiental de la empresa, ya que dicha planta genera el 80% de la energía consumida por

la fábrica, habiendo generado en 2018 aproximadamente 88500 kWh, lo que equivale a alrededor de 11 toneladas de carbón ahorradas, es decir, lo equivalente al consumo de 4000 heladeras. En términos financieros, el retorno de la inversión de la cuenta de energía fue reducido a poco menos de la mitad, lo que prevé el retorno de la inversión en 5 o 6 años si el costo de la energía se mantiene durante ese período.

La Responsabilidad Corporativa de Qualitas se establece en todas sus esferas, desde el servicio con calidad a sus clientes, hasta la preocupación de la empresa con sus empleados, sus familias, su salud y salarios más justos. La comunicación es hecha directa e indirectamente con un “buzón de sugerencias” que es mensualmente leído y contestado. Qualitas participa en la recolección selectiva de basura, y todos sus empleados participan en la separación de basura orgánica. Es importante la concientización del colectivo y existe siempre un incentivo para todas esas prácticas de concientización.



IGUALDAD DE GÉNERO



INOAR COSMÉTICOS

Diversidad e inclusión es uno de los pilares de INOAR COSMÉTICOS, tema que promueve el ODS 5: Igualdad de género – alcanzar la igualdad de género y empoderar la identidad de cada uno. La acción tuvo lugar en el Centro de Acogida Especial para Mujeres Transexuales y Travestis – Casa Florecer en Sao Paulo. La pauta abordó autoestima, atenciones con los cabellos y la importancia de respetar la identidad de cada uno. La acción contó también con la participación de la presentadora Sabrina Santo al final del evento. “Cada año, Inoar está presente en la Casa Florecer para dejarlas aún más bellas”, dijo la presentadora, que firmó kits de dermocosméticos de Inoar.

“Fuimos la primera empresa de belleza en buscar la Casa Florecer e insistimos en mantener nuestro compromiso con ellas, llevando productos, orientaciones y cariño. Sabemos también que este autocuidado es fundamental para que las personas se sientan empoderadas, valoradas y más bonitas. Esperamos estar juntos en más acciones en 2019”, afirma Inocência Manoel, directora de creación, marketing y desarrollo de Inoar e idealizadora del Proyecto Belleza Solidaria.

Inoar Cosméticos desarrolla también proyectos e iniciativas de promoción de Educación e Inserción de Jóvenes en el mercado de trabajo para jóvenes aprendices, formando bases de responsabilidad corporativa de la empresa que mantienen las acciones dirigidas en la ética y transparencia. Con el Programa de Aprendizaje en asociación con el ESPRO (Ensino Social Profissionalizante) la empresa promueve el desarrollo de capacidades profesionales de nuevos talentos. Esta asociación ya rindió nuevos talentos en las áreas de administración, comercial, contable, fiscal, marketing y recursos humanos. En paralelo con actividades prácticas, los jóvenes frecuentan semanalmente cursos teóricos sobre informática, estrategia y administración, impartidos dentro de la empresa. Para la directora de marketing y desarrollo de la empresa, Inocência Manoel, es uno de los grandes incentivos del Programa de Aprendizaje. “No estamos solo generando empleo, nuestras adolescentes son estimuladas

NOTA CENTRAL

a estudiar continuamente y comprometerse con su formación para al final del programa tener una oportunidad de empleo permanente”, declara Inocencia. Éste es uno de los programas, en que la marca Inoar aporta.



Divulgación

RECICLA, PROTEGE Y GENERA VIDA



A3P

Con miras hacia las inclinaciones mundiales, A3P empezó a ser protagonista en su mercado, causando momentos disruptivos con sus productos originarios del reciclaje de residuos, como neumáticos y material de plástico. La empresa se preocupa por el cambio climático en el que vivimos este siglo XXI. Desde la fundación de la compañía, hace siete años, reutilizan el plástico y tecnopor convirtiéndolos en productos útiles, demostrando la importancia de acciones que favorezcan la economía circular y ecológica.

Tras 15 años de investigaciones y desarrollo, A3P tiene procesos consolidados y actualmente ha reciclado de cerca de 300 toneladas de esos residuos por mes, colaborando con la mejora del medio ambiente, ya que esos residuos acaban siendo utilizados como combustible en cemento y ladrilleras, son colocados en rellenos sanitarios abiertos, con la consecuente contaminación que eso gene-

ra y como afecta nuestras vías respiratorias, produciendo enfermedades mutagénicas. Liderada por empresarios mexicanos, la empresa tiene en su ADN la innovación y la preocupación por los cambios climáticos en que vivimos hoy. “Nuestro compromiso con el medio ambiente es evitar completamente la contaminación que contribuye al Calentamiento Global, utilizando productos hechos con materiales reciclables, creando así una Empresa Social Sostenible y ecológicamente responsable”, destaca Víctor Pagazza.



A3P ha atado su política de responsabilidad corporativa a pasos agigantados con su estrategia de crecimiento, tanto que A3P pretende en los próximos tres años abrir una planta en Sudamérica. Este año, la expansión de las actividades abarcó más unidades de producción y reciclaje en Italia y en Bélgica, además de cuatro unidades en México y la operación boliviana.

Agregando valor a los productos y procesos de desarrollo, entrenando el personal, favoreciendo el Trabajo Decente y el Crecimiento Económico - ODS 8, AP3 actúa en la certificación de la empresa con sellos de calidad y de gestión ESO 9001 2015, desarrollando patentes año tras año. La iniciativa de reforestación fue concebida para mantener la calidad y la Responsabilidad Social de la empresa de acuerdo con la comercialización de productos, por cada balde de 19 litros que es vendido debe plantarse un árbol. Hasta el 2019, el equipo plantó cerca de 3 mil árboles en México y 10 mil en Haití.

COPROSAC ACTÚA EN LA PREVENCIÓN ACUÁTICA



CONCENTRADO DE PROTEÍNA

COPROSAC (Concentrado de Proteína SAC), empresa peruana de calidad, posee la mejor planta para el procesamiento de anchoas y concentrado proteico, la cual ha sido implementada con tecnología innovadora y ofertando productos de alta calidad al mercado. Con más de 350 colaboradores, de los cuales más del 80% son mujeres, la empresa comprende la necesidad de realizar inversiones en Responsabilidad Social Empresarial y actúa de manera alentadora respecto a los ODS de Igualdad de Género, Combate el Hambre, Educación de Calidad y Fauna & Flora Acuática.

“Si la anchoa es una de las especies abundantes en el Océano Pacífico, ¿por qué no se utiliza como alimento, ya que es la carne más saludable? ¿Por qué no está en las mesas de todos los peruanos? ¿Además, por qué tenemos problemas de desnutrición en nuestro país? La respuesta es simple: los peruanos no conocen los beneficios de este tipo de alimentación”, analiza Monica Mezzich, gerente general de la Concentrados de Proteínas SAC.

“Nuestra empresa se propuso a poner a la anchoa al alcance del paladar de todos”, apunta Mezzich. A médio prazo, a COPROSAC tiene como meta ampliar el consumo de pescados y actuar en la popularización de este producto tan rico en beneficios nutricionales y proteicos, actuando en el combate al hambre. “El segundo objetivo es que sea consumido en todos los lares de Perú”, enfatiza Monica Mezzich.

La Anchoa es una de las especies más abundantes en los mares peruanos y popularizarla es unas de las iniciativas mercadológicas de COPROSAC, dado que es un alimento saludable y rico en Omega 3.

PRESERVACIÓN DE LA VIDA MARINA

Según investigaciones de la Universidad de Minnesota, cerca del 80% del agua potable contiene pequeños desechos plásticos. Una de las iniciativas de COPROSAC es reconocer la necesidad de intervención en el Océano Pacífico para realizar acciones socioeducativas a la población, que tiene actualmente una cantidad de basura tres veces mayor que el territorio francés, tanto es así que

colectaron más de 1,8 mil millones de objetos plásticos. Y eso termina perjudicando directamente la fauna marina de la costa peruana. Tanto que la mayor parte de la basura se debe a plástico duro, es decir, hojas o films plásticos.

Con un peso equivalente a 500 aeronaves, juntamente con el acúmulo de plástico mundial, los principales contaminadores son el hilo de pesca, tanto que el 46% de la masa total está compuesta de mallas de pesca y eso genera un ambiente contaminado y peligroso a los habitantes de los mares. Al final, las redes de plástico capturan muchos animales, que se ahogan o instintivamente comen los desechos plásticos. Una de las grandes perjudicadas, por ejemplo, es la tortuga marina, que es capturada enferma por pescadores, que trabajan alrededor de la isla.



RIO URUGUAY SEGUROS INVIERTE EN DISTINTOS FRENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



RIO URUGUAY SEGUROS

Acciones dirigidas a la responsabilidad social con enfoque en Derechos Humanos, Trabajo, Anticorrupción, Empoderamiento de Mujeres y Medio Ambiente.

Río Uruguay Seguros es una empresa cooperativa que nació hace más de 60 años. Cuando los pioneros la constituyeron, eligieron la forma jurídica cooperativa, lo que fijó el rumbo, el camino a recorrer marcado por principios y valores. El séptimo principio del cooperativismo justamente es el compromiso con la comunidad, e este es uno de los motivos por los que la compañía está tan comprometida con la comunidad: «Estamos insertados desde el nacimiento, aun antes de que se hablara en Responsabilidad Social Empresarial».

En ese camino, han asumido más desafíos y, por ejemplo, el año 2004, la empresa adhiere al Pacto Global de Naciones Unidas, comprometiéndose a cumplir con sus 10 principios universales en sus cuatro rubros: Derechos Humanos, Ámbito Laboral, Anticorrupción y Protección del Medio Ambiente.

Adherir al pacto global significó para RUS internamente organizarse, planificar, presupuestar, encontrar una forma de comunicar, por que como dice la ISO 26000 (que es la ISO de Responsabilidad Social). “Hay que compartir lo que hacemos para influir, porque esto siempre provoca ese efecto multiplicador, haciendo que otros se quieran sumar y tener buenas prácticas, hacer alianzas, trabajar en red, que es en lo que se basa la Responsabilidad Social Empresarial”, detalla Vazon, miembro del consejo de Administración de RUS y responsable de la gestión de RSE.

La empresa comparte sus buenas prácticas con nuestros asociados, con el capital humano de RUS, con sus productores asesores de seguros, con sus distintas unidades de negocios y con la comunidad en general a través de los medios sociales.

La empresa posee una variada y amplia estrategia de responsabilidad social. Rinde cuentas a las Naciones Unidas de todo lo que hace a través de un informe de sostenibilidad, el cual ya se encuentra disponible en internet.

Proyectos RSE

RUS está constituida de múltiples equipos que trabajan en diferentes iniciativas, como, por ejemplo, la promoción de la lectura, preparación para el egreso laboral, la educación cooperativa, la seguridad vial, la responsabilidad social en nuestras unidades de negocio, un equipo que trabaja con las organizaciones de la sociedad civil, otro con la salud y ambiente laboral. Es muy amplio el trabajo de estos equipos que integran el capital humano de RUS de forma voluntaria y sus coordinadores forman parte de un comité de Responsabilidad Social Empresarial que va haciendo seguimiento a todas las acciones. “Acá, lo interesante es que más allá de las iniciativas que se determinan directo desde el órgano de conducción, todas estas otras de los equipos surgen como iniciativa del propio capital humano, es decir, que cada equipo arma la propuesta para trabajar en temas medio ambientales, de educación vial, de educación cooperativa, y luego de todo esto para formar parte de la estrategia de RSE de cada año», detalla Silvina Vazon. RUS actúa en proyectos de concientización de las normas de tránsito por ser una de las principales causas de muerte en Argentina.

RUS realiza talleres a los adolescentes futuros conductores a través del Centro de experimentación de seguridad vial que está en Pilar, Buenos Aires. Pero no solo apuntan a las charlas a los adolescentes, sino también damos charlas a los docentes para que tengan herramientas para enseñar la educación vial en el aula. “También damos talleres a la policía ya que nos parece fundamental que la policía tenga formación, así como a los medios, porque nos interesa que los medios también puedan enseñar. Cuando hay un accidente, abordarlo desde el lugar del aprendizaje”, menciona Silvina Vazon.

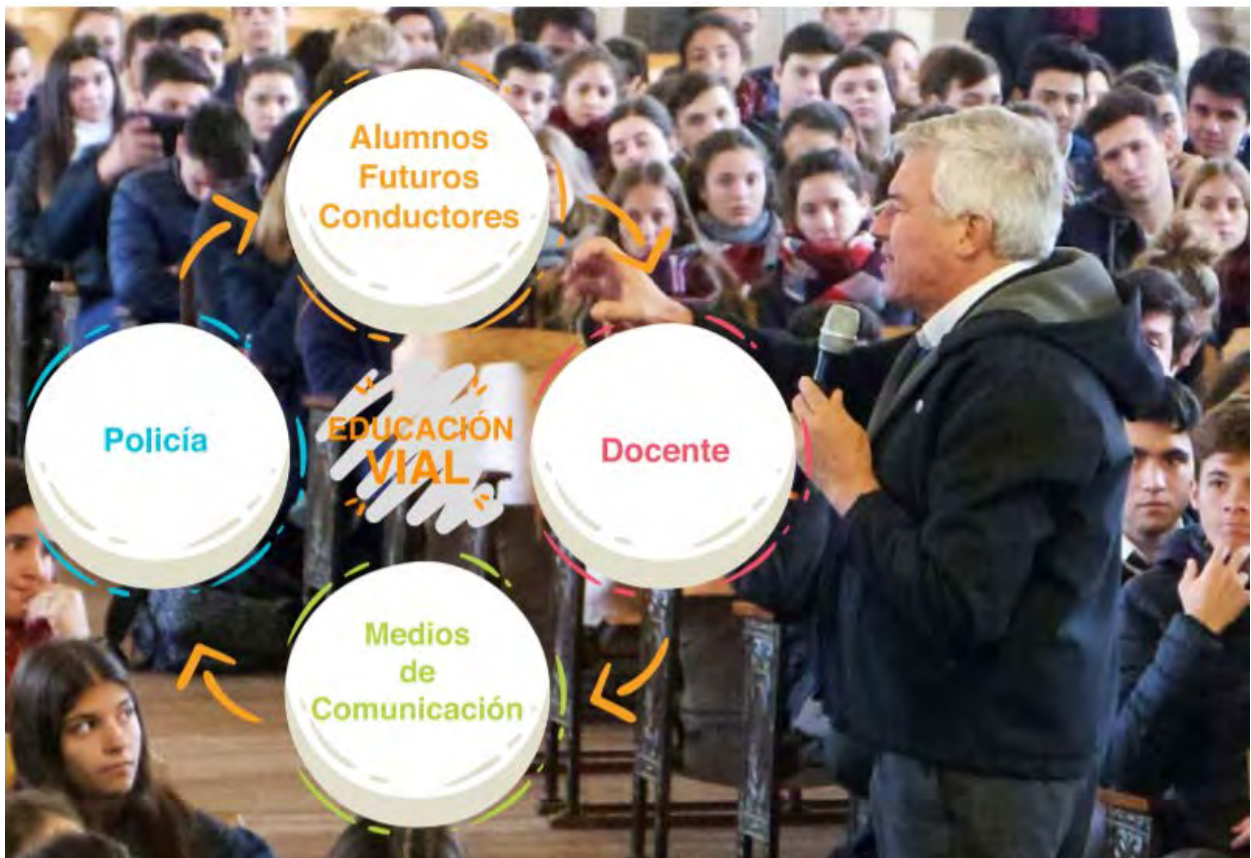
Accesibilidad Universal

RUS ha trabajado mucho en una serie de innovaciones sobre inclusión y accesibilidad. Por ejemplo, han hecho accesibles todas las esquinas de toda la calle principal de la ciudad donde está la unidad de servicios estratégicos de la sede central de RUS, en Concepción. “Y también hemos contribuido a que haya playas accesibles, además de tener un edificio en el que hemos trabajado también para que sea accesible”.

En el siguiente periodo, estaremos auspiciando un Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros, em Buenos Aires. Se trata de un espacio para el trabajo dirigido a la mujer en el ámbito del seguro. RUS ha sido convocada como empresa oficiante de este espacio por su gran trayectoria en el tema de Responsabilidad Social, por ser firmante del Pacto Global y por haber adherido a los principios de empoderamiento de la mujer en las Naciones Unidas.

Acceso a Educación

Además de la trayectoria empresarial exitosa, RUS posee su propia Universidad, U-RUS, para garantizar que su capital humano adquiera los conocimientos, habilidades y competencias necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos de RUS: contribuir a la formación de sus grupos de interés, optimizar recursos, promover sus valores y principios, fortalecer el modelo empresarial y contribuir al desarrollo de todos los que integramos RUS.





SEJA UM DE NOSSOS FRANQUEADOS
LEVE A CARRO E SOFÁ LIMPO PARA A SUA REGIÃO

www.carroesofalimpo.com.br



NOSSOS NÚMEROS



Regionais



Estados



Cidades
Atendidas



Atendimentos
Por Mês

O GRUPO CSL É A MAIOR REDE DE HIGIENIZAÇÃO E IMPERMEABILIZAÇÃO DE ESTOFADOS DO BRASIL

FRANQUIA GRUPO CSL - CARRO E SOFÁ LIMPO

A Carro e Sofá Limpo - Franchising além do know how na higienização e impermeabilização de estofados, que através de produtos com alta tecnologia especialmente desenvolvidos, possibilita a execução de serviços com comodidade, individualidade, qualidade e responsabilidade ambiental. A Carro e Sofá Limpo - Franchising atua como um sistema semelhante ao de uma franquia, porém sem tanta burocracia nem cobrança de royalties ou taxas administrativas, e com custos muito mais baixos para quem deseja ter seu o próprio negócio.



A Franquia Carro e Sofá Limpo - Franchising, oferece equipamentos e produtos com tecnologia de ponta, treinamento especializado, uniformes, material gráfico, técnicas de administração, técnicas de divulgação, reciclagem operacional sempre que necessário, e muito mais.

LINHA DE PRODUTOS

Linha de Produtos Exclusiva da Carro e Sofá Limpo - Franchising

Mantendo o mais alto padrão dos processos e da qualidade em todas as regionais, suprindo e seguindo as necessidades específicas encontradas em cada região do País. Toda nossa linha de produtos são registrados na ANVISA, biodegradáveis, eliminam de forma eficaz Sujidades, Ácaros, Fungos, Bactérias e Odores.



(47) **99151-5333**
GRUPO CSL - FRANCHISING



Reportajes



PCC

Pharma Consulting Corporation

787 784-9595

**VALIDACIÓN Y CALIBRACIÓN DE
PROCESOS Y EQUIPOS DE LABORATORIOS**

**INSTALACIÓN DE MUEBLES
DE LABORATORIOS**

NUESTROS CLIENTES

- Farmacéuticas
- Universidades
- Escuelas
- Hospitales
- Laboratorios

Charil Pabón Meléndez
PRESIDENTE

SITIO WEB

pharmapcc.com

pccpharma@gmail.com

CALIFICADORA DE RIESGOS SUMMARATINGS AGREGA VALOR A LAS INVERSIONES NACIONALES Y MUNDIALES

Más de siete años en el mercado, ha realizado más de 150 calificaciones de riesgos y posee una certificación de calidad

CALIFICADORA DE RIESGOS SUMMARATINGS S.A esta conformado por un equipo de profesionales comprometidos a desarrollar el Sistema Financiero en el Ecuador, a través de la provisión de Calificaciones de Riesgo que agreguen valor a los inversionistas nacionales y mundiales al momento de invertir sus recursos en nuestro país.

Fue constituida en abril del 2009 y obtiene su primera autorización para ofertar sus servicios en el Mercado de Valores el 24 de enero de 2012 hasta la presente fecha ha logrado realizar más de 150 calificaciones de riesgos a diversos instrumentos que se cotizan en el mercado de valores ecuatoriano bajo la Supervisión de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Imponen algunos principios con esfuerzo que se ven reflejados en los clientes y en el país. El primer principio es hacer el mejor trabajo posible y el segundo, mantener una comunicación fluida con los clientes y organismos de control.

El proyecto más importante de CALIFICADORA DE RIESGOS SUMMARATINGS S.A ha sido iniciar un proceso de certificación bajo la norma técnica ISO 9001 para el proceso de calificación de riesgos el cual tomó ocho meses de preparación. Esto, fue un antes y después para Summaratings, porque de manera real transformó la forma de trabajar. Hacer realidad la misión y visión mediante procesos claros, funciones definidas y estándares internacionales en manejo organizacional de acuerdo con la norma, los cuales ayudan en los siguientes proyectos para mantener dichos estándares y fomentar la mejora continua de manera permanente.



Summarating presenta su equipó de trabajo.

Los principales temas de actuación de la empresa de el economista y gerente general de Summarating, Federicco Bocca Ruiz, sobre gestión humana, marketing responsable, ética y RSE.



Cerente general de Summarating, Federicco Bocca Ruiz

1. **Gestión Humana**

Se tiene claro que la compañía es el resultado del trabajo en equipo de todos los colaboradores. A medida que este equipo crezca, lo hará la empresa también. Capacitar a los analistas en conocimientos técnicos sobre calificación de riesgos y habilidades comunicacionales es uno de los objetivos de calidad con el fin de mantener a dicho talento humano de excelencia.

En la actualidad se da seguimiento de las percepciones de los clientes sobre el servicio que se presta, y se han tenido resultados en promedio de 9 /10 pts.

Su política de calidad cuida del equipo de trabajo, proveedores, cliente, órganos de control y demás partes interesadas. Tienen claro que dentro de la economía del país son un eslabón y confían firmemente en el deseo de promover la mejora continua entre dichas partes. Por lo tanto, fomentan la filosofía de calidad en el servicio.



Summarating presenta su equipó de analisis de riesgos

2. Marketing Responsable

El principio básico que es tener clara la misión y la visión, porque la claridad es poder. Para CALIFICADORA DE RIESGOS SUMMARATINGS S.A el personal es el principal embajador del servicio de calidad que ofrecen. Es por eso que dicha visión es parte de la política de calidad que está alineada en dar calificaciones de riesgos precisas y objetivas.

La reputación se tarda en conseguir y se pierde muy rápido. Ya están cumpliendo 10 años en el sistema financiero ecuatoriano. El trabajo es de largo plazo, por eso quieren mantener dicha reputación, bajo los estándares de la norma ISO porque les recuerda cada día como trabajar con calidad.

3. Ética y RSE

Tienen un código de ética bajo las normas (Organización Internacional de Comisiones de Valores - IOSCO), asimismo tienen claro los principios de separación de funciones y de agencia. Con respecto a RSE, se dieron cuenta de que el servicio se traslada no solo a los clientes sino a los no clientes a través del proyecto de educación financiera.

POR MÁS DE DOS DÉCADAS LOS ACOMPAÑAMOS EN SUS PROYECTOS Y SUEÑOS

Sigue soñando y nosotros contigo
lo haremos realidad




MIRAGE
GROUP

mirage.com.do

HIPERCERÁMICO, LA EMPRESA QUE REVOLUCIONÓ LA OFERTA DE TERMINACIÓN DE OBRA EN ARGENTINA

Desde hace más de tres décadas la empresa Hipercerámico, ubicada en Mendoza junto a la Cordillera de los Andes, es líder en la Región en distribución y comercialización de productos para la terminación de obra: pisos y revestimientos y equipo para baños y cocinas. Hoy ofrece una amplia cobertura geográfica y atiende a todo el segmento de consumidores con sus tres unidades de negocios.

La historia de la empresa se remonta a 1980 con la apertura de un pequeño local donde Jorge Gauna (fundador) dio inicio a un concepto diferente en la comercialización de materiales para la terminación de obra. En 1988 inaugura un nuevo local bajo la marca Hipercerámico, en tanto que ocho años más tarde revoluciona con un showroom totalmente renovado con más de 3.600 m² de exhibición. Reinventando una vez más un concepto diferente, nunca antes visto en el interior del país.



Hipercerámico, la empresa que revolucionó la oferta de terminación de obra en Argentina

Hoy la empresa transita con éxito la segunda generación con los tres hijos de Jorge Gauna: Facundo, Mackenna y Amaru; profesionales que ocupan cargos estratégicos, además de la gerencia general, por dos décadas consecutivas, de Diego Pérez Colman.

La firma cuenta con tres unidades de negocio: Hipercerámico en la ciudad de Mendoza y en la de San Juan; Casa Fácil y Casa de las Cerámicas; con la mayor cobertura de mercado en la región de Nuevo Cuyo y ofreciendo propuestas para todos los segmentos de consumidores. Hipercerámico analiza la posibilidad de expandirse con sus unidades de negocio más populares para atender eficientemente toda la región.

Gran parte del staff comercial está compuesta por profesionales del diseño y la arquitectura y es, por este motivo, que a la venta se le agrega un plus de asesoramiento y guía para que el ciclo sea completo. Además, las 121 personas que trabajan en las empresas reciben permanente capacitación para hacer realidad la proyección de seguir creciendo.

En los últimos años, Hipercerámico ha recibido importantes premios. En 2015, en España un reconocimiento de parte de los directores de las mejores fábricas del mundo de los distintos rubros. En 2016, la firma fue nuevamente reconocida por una entidad privada de EEUU que busca poner en valor el liderazgo y las buenas prácticas empresariales.



Inauguración de el "ArteH Espacio Hipercerámico", su propio espacio de exhibición para el arte contemporáneo.

Recientemente, en un hecho poco habitual para el país, que afianza la propuesta vanguardista de la empresa, inauguró "ArteH Espacio Hipercerámico", su propio espacio de exhibición para el arte contemporáneo. Dos salas de 150 m² con 70 metros lineales de exposición, ubicadas en el interior del showroom. "Es un gusto que nos damos; es un lugar especialmente construido con este fin. Nuestros clientes y consumidores encontrarán una valorización artística para sus hogares y proyectos, creamos una nueva modalidad de visita", expresó Diego Pérez Colman, gerente general de la firma, durante el discurso de inauguración.



El equipo directivo de Hipercerámico; Virginia Lavilla, Diego Pérez Colman, Mackenna Gauna, Facundo Gauna y Amaru Gauna.

Desde siempre la empresa ha apostado a capacitar en diversas áreas a todo el personal. La última jornada de capacitación realizada fue hace unos 50 días y consistió en un taller de coaching para directivos y jefaturas no solo en la búsqueda de perfeccionar el logro de objetivos en el ámbito laboral sino también en el personal, obteniendo resultados maravillosos.

Este tipo de capacitaciones no solo buscan mejorar la productividad y aumentar las ventas, sino que además permiten mejorar exponencialmente las relaciones interpersonales e incluso mejorar la satisfacción laboral de cada miembro de la firma.

El proceso de capacitación en coaching empresarial tuvo un gran impacto en la calidad de vida de los colaboradores que se integraron al proceso. Se trabajó con el equipo de jefaturas, ya que ellos son quienes interactúan a diario con todo el personal, con el fin de lograr equipos de alto desempeño, de crear estrategias innovadoras para integrar los equipos y motivar a cada uno de los integrantes para alcanzar las metas de la empresa, sin perder de vista los objetivos propios.

Como cierre del taller (en tarea conjunta con el personal), se formularon las bases sobre las cuales nos inspiramos para trabajar en cada rincón de la firma:

- 1) **Hay equipo!**
 - A. Confiamos en nuestros colaboradores
 - B. Planificamos en conjunto

- 2) **Los desafíos nos inspiran**
 - A. El futuro se construye
 - B. Superamos los obstáculos

- 3) **Estilo vanguardista**
 - A. Provocamos al mercado
 - B. Siempre un paso adelante

- 4) **Somos pasado, presente y futuro**
 - A. Tenemos experiencia y trayectoria
 - B. Cumplimos los compromisos asumidos.





AUDICAP

+55 81 3033 3730

contato@audicap.com

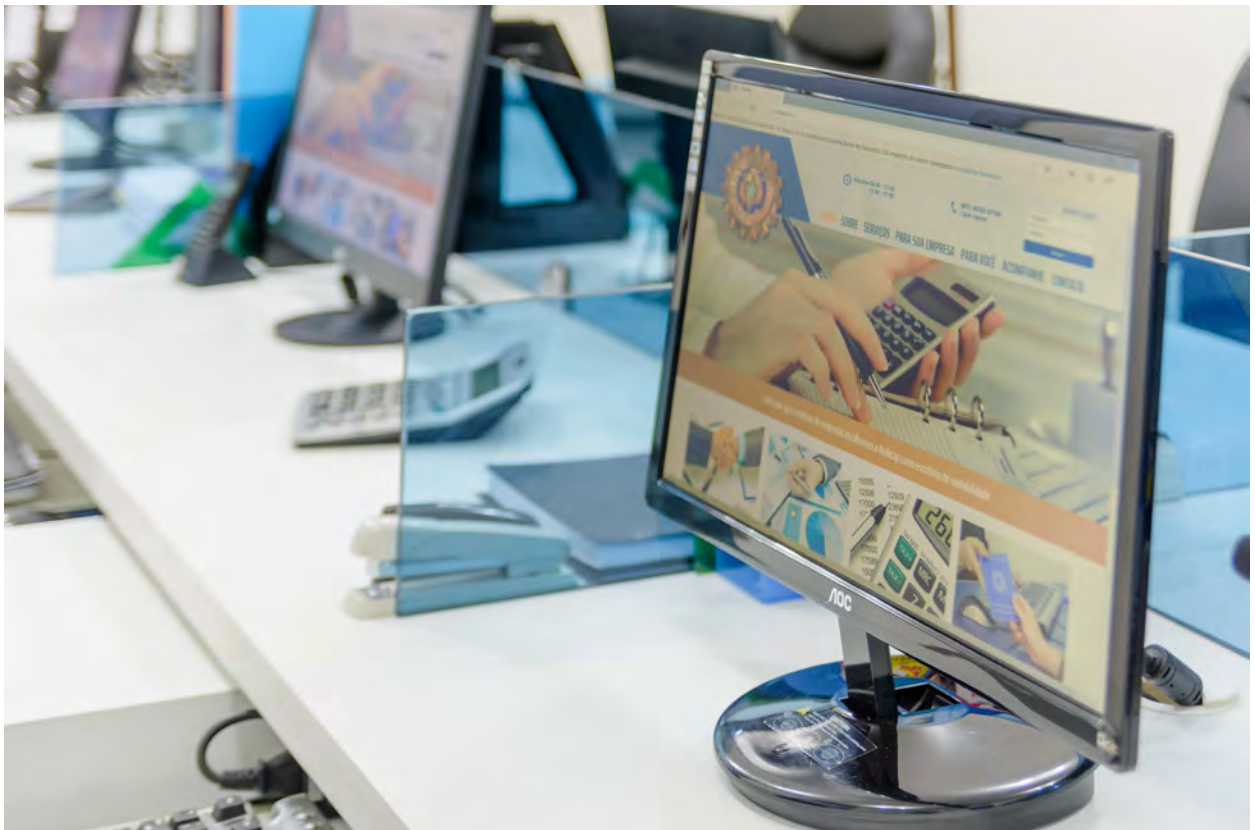
<http://audicap.com/>

AUDICAP INVIERTE EN RSE EN EL DÍA A DÍA

Uno de los grandes diferenciales de Audicap son los servicios full service, lo que garantiza la tranquilidad de sus clientes

La responsabilidad social corporativa es un compromiso continuo que debe ser adoptado por las empresas para aportar con el desarrollo económico y sostenible, trabajando con los colaboradores, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. Y ésta es la estrategia de negocios de Audicap, empresa de auditoría, contabilidad, asesoría y planificación.

Con más de 40 años en el mercado, la empresa se destaca por su seriedad, capacidad y respeto con sus clientes convirtiéndose en referencia en el ramo contable, fiscal, laboral, de seguridad social y financiero. Por ello, el año pasado conquistó el Premio de Referencia Nacional de Calidad Empresarial.



Modernidad y innovación en Audicap

La satisfacción de los clientes de Audicap tiene como base las respuestas prácticas y completas suministradas siempre con transparencia, agilidad, eficiencia y sigilo profesional, a través de un servicio exclusivo y buscando extraer resoluciones individualizadas de acuerdo a las necesidades específicas de cada cliente, en un ambiente moderno y de constante perfeccionamiento de sus profesionales, asegurando soluciones confiables y ágiles, brindando así una prestación *full service* a sus clientes, garantizando su plena satisfacción. La satisfacción de los clientes es una premisa que no admite flexibilización, haciendo que la buena relación con el cliente sea de fundamental importancia desde la constitución, organización y ejecución de los servicios por Audicap.

Audicap integra las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus actividades, insertando en su modelo de negocio, servicios que impactan directa y positivamente en la sociedad, por medio de orientaciones y consultoría por bien público a organizaciones sin fines de lucro y entidades filantrópicas, incentivos a la cultura a través de marketing de contenido, además de promover la difusión entre sus empleados y colaboradores del concepto realmente comprendido de sostenibilidad bajo tres pilares fundamentales, que son: responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad ambiental. Las prácticas de RSE buscan aportar una tanto una mejora interna, con relación al ambiente organizacional con consecuencias en los resultados del negocio, como externa, al reducir el impacto en la comunidad en virtud de los proyectos sociales.

En ese contexto, Audicap actúa con responsabilidad socioambiental. Para eso, cuenta con una infraestructura que posee equipos que garantizan el bajo consumo de agua, a través del sistema *Ecoflush*, que tiene un potencial de hasta 60% de ahorro, además de otros equipos que permiten una mayor eficiencia energética, como aires-acondicionados que colaboran para evitar el desaprovechamiento, mediante un ahorro del 60% de energía y bombillas Led, con sellos que garantizan la reducción del 90% de energía.

De la mano con los equipos que componen la infraestructura de la empresa, Audicap adopta una postura de orientación y estímulo a sus empleados para que pasen a tener actitudes sostenibles, además de lograr un mayor compromiso de sus colaboradores para que los mismos adopten en sus empresas prácticas sostenibles, de respeto a la legislación y conducta ética, teniendo preferencia por empresas que poseen el *Compliance*. También promueve la racionalización de recursos ambientales mediante la reducción de utilización de papel oficio, adoptando sistemas digitales, sin considerar el consumo sostenible a través de la adquisición de papel oficio producido a partir de bosques 100% plantados y renovables o reciclados y producidos con el bagazo de la caña de azúcar.

**OFF PAPER**

+55 35 3271-1450

marketing@papeisoffpaper.com.br

<http://papeisoffpaper.com.br/>

COMO OFFPAPER SE VOLVIÓ REFERENCIA EN PAPELES ESPECIALES

Tomando parte del trío: oportunidad, negocio y educación, OffPaper invierte en tecnología para ampliar la comunicación con automatización de pedidos. OffPaper es una empresa presente hace 23 años en el mercado, conocida en todo territorio nacional como una de las mayores empresas de papeles especiales para impresoras ink jet y láser, además de diversos artículos de línea escolar. Se destaca incrementando y moviendo el sector de papelería y mercaderías, estando siempre enfocada en traer innovación a sus productos, innovando con la creación de nuevos puentes entre la fábrica, el equipo comercial y los consumidores. Tomando parte del trío: oportunidad, negocio y educación.

Con su fábrica de 15 mil m², instalada en la ciudad de Lambari, en el estado de Minas Gerais, Off Paper presenta al mercado el mix completo de papeles especiales, como papel tarjeta, offset, E.V.A. y materiales pedagógicos infantiles, con una capacidad productiva a todo vapor para atender la demanda del mercado nacional y que debe ser expandida en los próximos meses de 2019 pues realizó una serie de inversiones en la calificación de la mano de obra y entrenamientos diversificados para cada sector de la empresa. Todos los empleados participan de los entrenamientos para garantizar la calidad e innovación de la empresa en el mercado. Actualmente son cerca de 40 empleados internos en la fábrica y cuenta con más de 45 representantes comerciales distribuidos por todo Brasil.

El gran cambio estratégico en la compañía ocurrió cuando OffPaper decidió integrar la comunicación entre la fábrica y los representantes comerciales distribuidos en cada región del país. Los representantes estaban en diversas ciudades brasileñas y cada representante poseía su cartera de clientes por localidad. ¿La solución? La empresa decidió invertir en un sistema de flujo de trabajo para automatizar e integrar todos los puntos de reventa de OffPaper, generando un incremento de pedidos. “Desde la implantación de un software interno integrado, se facilitaron todos los procedimientos con seguridad y control con la relación ágil entre el equipo de ventas y el contacto con representantes, interconectando todos los procesos de la empresa” detalla Omar Haría Filho, director comercial de OffPaper.

Lo más interesante del modelo de negocios de OffPaper es que el ecosistema empresarial (proveedores, clientes directos e indirectos y gobierno) participa de las acciones de concientización ambiental, siguiendo las tendencias y modelos de responsabilidad corporativa ambiental. El FSC, Forest Stewardship Council, sigla que significa Consejo de Manejo Forestal, es la estampilla verde más reconocida en todo el mundo, con presencia en más de 75 países y en todos los continentes. Actualmente, los negocios con productos certificados generan negocios del orden de 5 mil millones de dólares por año en todo el mundo. “Por ser una de las estampillas forestales renombradas internacionalmente que tiene reconocimiento en la garantía de su origen, OffPaper se preocupa por la calidad de sus productos, debido a la sostenibilidad, contribuyendo contra la deforestación y valorando los productos pues su materia prima fue extraída de forma legal”, destaca.

«Para consolidar nuestra imagen en el mercado participamos de ferias y convenciones del segmento. También se incrementó la gama de productos diversificados de OffPaper por lo que el trabajo de marketing intensivo será más fortalecido, además de incluir estrategias de ventas dirigidas para cada localidad del país. A largo plazo tenemos nuestro sitio web ya disponible en español, pues la empresa pretende expandir sus productos en toda América Latina», anticipa Omar Haría Filho, director comercial de OffPaper.



OffPaper participa de diversos eventos para generar nuevos negocios

GRUPO CSL: AMPLÍA LA CAPILARIDAD DE SUS FRANQUICIAS EN MÁS DE 466 CIUDADES

La proximidad de la relación entre el franquiciador y franquiciado genera apoyo en la conducción del negocio empresarial y ese estímulo para optimizar recursos es la estrategia de CSL

El Grupo CSL (Carro e Sofá Limpo, por sus siglas en portugués) es una empresa brasileña con experiencia en higienización e impermeabilización de tapizados, colchones y alfombras, sea comerciales, automotores o habitacionales. Desde el año 2014, trabajan con un sistema de franquicias de baja inversión y ya están presentes en 16 estados y 466 ciudades, realizando cerca de 1,7 mil servicios por mes a través de sus 54 unidades franquiciadas. Son, actualmente, la mayor red de franquicias del país en brindar este tipo de servicio.



Grupo Sofa Limpo en el evento de franquicias

Gracias a la estructuración de las franquicias y a través del desarrollo de un modelo de negocio escalable, con bases sólidas y fiel a los valores organizacionales, transmiten credibilidad y confianza para que pequeños emprendedores se vuelvan empresarios de éxito, satisfechos con el trabajo que ejecutan y con la calidad de vida que les proporciona. Éste es su propósito: ser un referente en ofrecer oportunidades de ganancia y desarrollo por medio de su sistema de trabajo, promoviendo la independencia financiera de los franquiciados.

Sus ventajas como franquiciador son el retorno rápido de la inversión, la desburocratización en la compra de la franquicia, la no cobranza de regalías, el suministro de una línea exclusiva de productos propios y la asistencia en tiempo integral a los franquiciados. Eso es innovador y siempre busca estar un paso adelante para garantizar la satisfacción permanente de sus stakeholders. La innovación y la mejora continua es un movimiento constante en la empresa, siempre recabando información del mercado para mejorar equipos, productos y procesos de trabajo a fin de facilitar la vida de todos incluso, y especialmente, del cliente final que consume los servicios de la franquicia.

Para los clientes internos (franquiciados), lo que vale es la calidad de vida, volverse emprendedor y dueño de negocio propio, ganancias (muy) satisfactorias, obtener independencia financiera, libertad de elaborar su propia agenda y horario de trabajo. Para los clientes externos (clientes finales): notar que el servicio y el resultado de los servicios es diferenciado. Los equipos altamente entrenados y calificados, la línea de productos exclusiva y los procesos de trabajo únicos en el mercado hacen la diferencia para un ambiente limpio y saludable en casa de las personas.

La proximidad del franquiciador con cada franquiciado y el apoyo generado y estimulado entre los franquiciados es la estrategia, y no es solo importante sino fundamental. “El intercambio de información es constante”, habla el ejecutivo Tienen herramientas de comunicación interna que promueven el intercambio de información entre los franquiciados y estimulan su relación. Para el problema de uno muchas veces el otro ya tiene la solución. Tiene todos los profesionales responsables de la empresa que prestan soporte a cualquiera hora que el franqueado necesite, tanto apoyo técnico como de gestión y de marketing, pero la interacción entre ellos es intensa y muy satisfactoria para todos. Es un crecimiento mutuo del grupo. Una gestión colaborativa. Y eso, por supuesto, refleja en la calidad de los servicios prestados en la casa de los clientes.

Su Marketing, así como toda nuestra conducta de gestión, es pautado por los valores de respeto al cliente, excelencia en todos los procesos de trabajo, transparencia e integridad, siendo en la comunicación dirigida para potenciales/futuros franqueados o en la que hacen al cliente final, el consumidor. Son verdaderos en aquello que hacen. Su filosofía predica la calidad de vida para franqueados y lo llevan a la práctica. A los franqueados, son una gran familia, la Familia CSL. Las mejores propagandas son los propios casos de éxito de los franqueados. Además, tratan con muy respeto toda la red de trabajo, tanto a los proveedores como a todos los presentes en la cadena generada en su negocio.

Los proyectos futuros relacionados al servicio de ONG e instituciones volcadas a la caridad de forma voluntaria son una realidad. Aún lo están estructurando, y será aplicado en toda la red. Respecto a la Responsabilidad Ambiental, la mayoría de sus productos es biodegradable, no produce espuma y no posee agentes contaminantes. Los equipos consumen poquísima agua y energía eléctrica en los procesos de lavado, aportando al cuidado del medio ambiente. Ya los impermeabilizantes son a base de agua y no son inflamables.

La sostenibilidad del planeta es un camino sin vuelta y cada vez más las empresas deberán adecuarse para garantizar la preservación ambiental. En ese aspecto, CSL es pionera.



Tarcisio Marchiorato y Giovani Marchiorato, socios de Grupo Sofa Limpo

Tarcisio Marchiorato y Giovani Marchiorato constituyeron el Grupo CSL Encuentro nacional de franqueados, realizado en Bombinhas (estado de Santa Catarina), en septiembre de 2018.



PARQUE MEMORIAL
DE GOIÂNIA

+55 (62) 3597-8100

contato@memoriaviva.com.vc

<http://memoriaviva.com.vc/>

PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA

PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA - CEMITÉRIO E FUNERÁRIA

*Toda la acción del Parque Memorial de Goiânia está dirigida a obras sociales con enfoque en los ODS *Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, principalmente Educación*

Parque Memorial de Goiânia - Cemitério e funerária tiene el compromiso voluntario con el desarrollo de la sociedad y preservación del medio ambiente, consciente de que estará aportando para la construcción de una sociedad más justa. Por ello, trabaja con un modelo de gestión de negocios relacionada a las dimensiones sociales, ambientales y económicas que, en sociedad con buenas actividades gubernamentales, incorpora una visión de negocios volcada a las prácticas en largo plazo para que la sociedad se desarrolle consciente de que todos los recursos naturales son finitos y deben ser utilizados de manera responsable.



Fachada del Parque Memorial de Goiânia

PARQUE MEMORIA DE GOIÂNIA

El concesionario del Cemitério Parque Memorial de Goiânia es una entidad sin fines de lucro, que revierte toda la renta del cementerio al mantenimiento de nidos, escuelas, asilos, mujeres embarazadas de bajos recursos, programa de apoyo las jóvenes en situación de calle, complementos alimentarios a familias de baja renta y varios otros servicios.

El cementerio Parque Memorial de Goiânia cuenta con un área física de 242.000 m² y 54 (cincuenta cuatro) empleados, quienes ejecutan los servicios y promueven el servicio al público. Por su lado, la empresa procura hacer que el colaborador se sienta parte de esta y, de esa manera, aumentar la satisfacción en la ejecución de sus actividades, Parque Memorial, a través de su Supervisor y de la plataforma del sitio presenta la Historia y Filosofía de la empresa, así como su finalidad filantrópica; la Misión, Visión y Valores; la Infraestructura; la Estructura Organizacional; y la función a ser desarrollada y posteriormente evaluada por el supervisor.



Parque Memorial de Goiania

El Cementerio Parque Memorial de Goiânia desarrolla sus actividades con excelencia y humanización en los mismos moldes que invierte en sus actividades de filantropía en el área de la educación, salud y asistencia social. Y, para tanto, mantiene las Obras Sociales del Grupo Espírita Regeneração (Grupo Espiritista Regeneración), que oferta a la comunidad Escuelas, Nidos, Abrigo y vivienda para adultos mayores, Comunidad Terapéutica para adictos y un Hogar de Acogida para menores de edad en situación de riesgo.

De esa manera, la compañía incentiva la conducta responsable de sus clientes y trabajadores. «Nuestra gestión se define por la relación ética y transparente de la empresa respecto al público que se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles al desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales a las generaciones futuras», destaca Rafael Domenciano, director ejecutivo del Parque Memorial de Goiânia.

Uno de los principales diferenciales del Parque Memorial de Goiânia - Cemitério e funeraria es respetar la diversidad humana y cultural favoreciendo la calidad de trabajo de los colaboradores, disponiendo el equipo para hacer un buen trabajo. Invertir en entrenamientos para desarrollar las habilidades de nuestros colaboradores, buscando la primacía de la calidad. Otro diferencial para favorecer el clima organizacional es motivar el equipo para garantizar el servicio al cliente, desarrollando un ambiente colaborativo, con desafíos y gratificaciones, planes de carrera, beneficios e inversión en la calidad de vida de nuestros colaboradores.

Enfocándose en la satisfacción del cliente, Parque Memorial de Goiânia - Cemitério e Funeraria cree en la forma de Gestión integrada, ética y transparente de sus acciones, servicios y de sus relaciones con todos los públicos de interés. “Buscamos siempre la retroalimentación y a través de ella levantamos nuestros puntos positivos y negativos, aplicando acciones correctivas de ser necesario para, de esa manera, mejorar continuamente nuestros procesos”, explica Rafael Domenciano, director ejecutivo de Parque Memorial de Goiânia.

Parque Memorial de Goiânia selecciona proveedores que también comparten los valores empresariales de la empresa, orientando, analizando los puntos críticos y proponiendo mejoras para que los desafíos no interfieran en su proceso productivo.

A continuación, los principales pilares y valores hacia el servicio al cliente de Parque Memorial de Goiânia:

1° - Mantener una buena relación con el cliente. Prestar atención personalizada, con calidad, rapidez y enfoque en su necesidad.

2° - Preparar al equipo para hacer un buen trabajo. Invertir en entrenamientos para desarrollar las habilidades de los colaboradores, buscando el predominio de la calidad.

3° - Invertir en la motivación del equipo para garantizar un servicio con calidad. Desarrollar, así, desafíos, gratificaciones, plan de carrera, beneficios, inversión en la calidad de vida, etc.

4° - Control del proceso de administrar, controlar, organizar y redistribuir sus recursos de forma eficaz, de acuerdo con las necesidades de los clientes.

5° - Seleccionar proveedores que atiendan situaciones de urgencias con eficiencia. Orientando, analizando los puntos críticos y proponiendo mejoras para que los problemas no interfieran en su proceso productivo.

6° - Enfocarse en brindar una buena atención al cliente, tratándolo de manera exclusiva.

7° - Buscar el feedback para aplicar las acciones correctivas cuando necesario para así mejoramos continuamente los procesos.



João Domenciano Silva Neto, presidente y Rafael Domenciano Silva, Vicepresidente

PCC CELEBRA SUS 16 AÑOS Y EXPANDE OPERACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS EN LATINOAMÉRICA

Charil Pabón Meléndez, la mujer fundadora de una empresa multidisciplinaria de validaciones y muebles de laboratorios de Puerto Rico para el mundo.



Pharma Consulting Corp. fue fundada el 22 de julio de 2003. Empresa puertorriqueña multidisciplinaria que brinda servicios profesionales de validación para empresas farmacéuticas. Los servicios son dirigidos a las áreas de Ingeniería, Manufactura, Utilidades, Procesos, Laboratorios y otros de forma globalizada, favoreciendo la reducción de costos con análisis amplios para favorecer procesos de validación y acreditación.

De acuerdo con la fundadora y microbióloga Charil Pabón, eso se refleja cuando nos contratan nuevamente o nos encaminan para realizar trabajos de validación para otras empresas. En el área de validaciones, comenzamos como consultores en productos farmacéuticos, hospitales y universidades con esterilizaciones en equipos de laboratorio en áreas sensibles a las investigaciones de doctorado. Ahorrandoles cantidades significativas de dinero para los científicos, posibilitando averiguaciones menos contaminadas y más precisas, comenta Pabón.

Pharma Consulting, Corp. es una empresa estrictamente dedicada a garantizar que todas las exigencias de la FDA - Food and Drug Administration se cumplan en los laboratorios farmacéuticos y empresas del sector, evitando irregularidades que perjudiquen la calidad de los productos farmacéuticos comercializados en los EUA.

Según Charil Pabón, todos los días hay gran necesidad de educar esta industria. «Es común que los clientes recomienden nuestros servicios cuando visitan las agencias reguladoras para auditar las acreditaciones y, enseguida, descubren que tienen irregularidades. Trabajamos incansablemente para enfatizar lo preventivo y educacional», destaca la microbióloga.

Actualmente, la empresa dirige proyectos de consultoría de validación de equipos y procesos en los laboratorios científicos. «Tenemos la experiencia tanto en Puerto Rico como en América Latina para entrar en un nicho particular de la industria de medicina hospitalaria que abre de forma acelerada en el País», comenta la ejecutiva.

Uno de sus proyectos más importantes fue la instalación de los laboratorios del Centro de Ciencias Moleculares de la Universidad de Puerto Rico. PCC posee alianzas con dos grandes multinacionales, Vwr Internacional y a Thermo Fisher Scientific. Por medio de esas sociedades internacionales, Pharma Consulting Corp. concluyó proyectos de éxito en Costa Rica y en otros países de América Central.

Y no ha parado por ahí: bajo la dirección de su fundadora, la empresa exportó sus servicios profesionales en el área de salud a los principales países de la Latinoamérica, como República Dominicana, México, Bahamas, Bermudas, Islas Vírgenes, Brasil y Costa Rica.





Desarrollo de proyectos farmacéuticos adaptados

De acuerdo con la fundadora, cada puerta que se nos abre en el exterior, es gracias a nuestra calidad de servicios. Ya que se le ofrece al cliente el proceso completo de consultoría de diseños, instalaciones de los muebles de laboratorios y su validación.

Actualmente, la empresa genera 40 colocaciones directas e indirectas, ofreciendo sus servicios en las áreas de ingeniería, manufactura, servicios, procesos y laboratorio.

Además, en el área de Responsabilidad Social, PCC posee un programa de entrenamiento de jóvenes que abandonaron los estudios. El programa dispone los profesionales para que entren en el mercado de trabajo, la gerencia de la empresa recluta este grupo de jóvenes que entrenan, inspiran y orientan para que se vuelvan excelentes profesionales. «Mostramos al mundo las posibilidades que existen con la disciplina de trabajo», comenta.

El personal de la Pharma Consulting, Corp. es totalmente entrenado y certificado para trabajar en cualquier empresa farmacéutica que necesite sus servicios. Charil Pabón asegura que el secreto de su éxito es su humildad y la voluntad de ayudar y servir el mundo.

VIVA OPERADOR LOGÍSTICO: ENFOCADA EN EL BUEN SERVICIO AL CLIENTE

Certificaciones internacionales en el área de seguridad del comercio legal son directrices empresariales del operador logístico

Desde su fundación, Viva Operador Logístico ofrece soluciones innovadoras en todo el territorio colombiano. Ubicada en la Zona Franca de Quindío, en el área logística, compone gradualmente la más completa estructura del segmento de Latinoamérica. Su plan de negocios fue tan bien estructurado que la empresa tiene planes de ampliar la apertura de mercados en los EUA con un importante portafolio de servicios y la construcción del Parque Logístico de Quindío, con ocho almacenes de 1000 m².



Viva Operador Logístico tiene una infraestructura física moderna, que nos permite desarrollar operaciones con las más altas calidades de calidad con un Centro de Distribución 2503 m² con 2878 posiciones de estantes, y más un área de 259 m² de área libre y un patio con 8833 m².

Con proyectos logísticos bien desarrollados, alineados a tecnología e información, flexibilidad y autonomía en las más diversas operaciones logísticas del continente latinoamericano, Viva Operador Logístico fue ampliando los servicios de Administración de Inventario, Servicios de Carga, Cross Docking, Coordinación Logística y procesamiento parcial, todo ello enfocado en la excelencia del servicio al cliente.

La principal estrategia es el contacto directo con el cliente. “Nuestra política destaca la capacidad de nuestro equipo de trabajo que está interesada e involucrada en las necesidades de nuestros stakeholders, lo que se pone evidente en el feedback logrado por ellos en los ciclos de medición de satisfacción del año de 2018”, destaca Angelica Maria Valencia, gerente general de Viva Operador Logístico. La meta de satisfacción de la empresa es lograr un resultado mínimo del 90%. En el primer semestre, el resultado fue del 98,61%, y en lo segundo semestre el resultado fue del 97,92%, lo que demuestra que el objetivo propuesto es alcanzado, así garantizada la satisfacción con el servicio y la operación de nuestra empresa.

La empresa comprueba que realizar inversiones en acciones como trazabilidad y confianza en las operaciones, a través de la implementación y mantenimiento por el noveno año consecutivo del sistema de control y seguridad BASC (Coalición Empresarial Anticontrabando. Hasta el momento, la empresa fue reconocida internacionalmente por la Business Initiative Directions (BID), premio entregado en Paris por el compromiso de Viva con la mejora continua del control al comercio internacional.

Con las políticas de gestión y mejora continua, además de su compromiso empresarial y social, VIVA se ha convertido en un operador logístico líder en su categoría; siempre comprometida con la evolución ágil y la respuesta exigida por el comercio exterior, con el objetivo de mantener la seguridad, a rastreabilidad y la calidad en el servicio, pero también promoviendo un ambiente idóneo, agradable, cómodo y seguro para sus colaboradores y asociados.

El fortalecimiento del sistema de gestión integral, a través de la implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud participativo e inclusivo en el trabajo, garantiza la adaptación a las necesidades de nuestros colaboradores y un ambiente de trabajo eficiente.

- Adaptación de las operaciones a las necesidades de los clientes y del mercado nacional e internacional
- El servicio personalizado crea una relación mutuamente benéfica con los Stakeholders, además ser sostenible a lo largo del tiempo
- La inclusión y participación del equipo en la implementación de sistemas de gestión creaba y fortalece el sentido de pertenencia de los colaboradores, traduciéndose en optimización del trabajo y un trabajo de calidad
- La trazabilidad y confianza en las operaciones marcan la calidad del vínculo y permanencia de los clientes

O seu produto nos move,
a sua satisfação nos
inspira!

As nossas pessoas são
assim, cuidam das outras.
E podem tomar conta das
suas também.

Conectamos pessoas a
sonhos, por meio de
novas tecnologias.

Somos pessoas que
atendem pessoas.

(11) 2101-2800

www.ikeassistencia.com.br

Por ano, mais de 2,5 milhões
de serviços especializados
em toda a América Latina.



AUTO, MOTO E
CAMINHÃO



BPO



RESIDENCIAL E
EMPRESARIAL



PET



VIAGEM



VIDA



CONCIERGE



SCRUM CAMBIA TECNOLOGÍA Y METODOLOGÍA CON ENFOQUE EN PROCESOS CREATIVOS DE DESARROLLO

En Scrum Colombia, el capital humano es el activo más precioso para transformar y construir nuevos cambios

Scrum Colombia cree que la educación, en cualquier nivel, es el medio más poderoso para transformar la vida de las personas. Y también que hace la diferencia al actuar como agente transformador de la sociedad, lo que trasciende a sus clientes y a la comunidad donde opera.

La compañía ayuda a los clientes a visualizar el valor de una manera totalmente diferenciada, aportando al crecimiento de la economía colombiana y de nuestro pueblo.

Empresas de todos los sectores en Colombia y en el mundo decidieron alterar su manera de trabajar e implementar la metodología Scrum, debido a la dinámica y volatilidad de los mercados.



Equipo Scrum desarrollo de ideas y métodos

Qué es un scrum?

Scrum es un framework ágil para gerenciar proyectos en empresas de cualquier sector y de cualquiera porte. “Scrum enfatiza el trabajo en equipo creativo y adaptativo para resolver problemas complejos. Usado correctamente, puede ayudar a los equipos a suministrar productos cortos y valiosos”, detalla Fabian Schwartz, managing partner en Scrum Colombia.

Se aplica con el objetivo de recibir un feedback anticipado, que permitirá la mejora continuada y actuar en el momento necesario ante cambios o imprevistos. Todos los días, ofrecemos lo mejor de nosotros para ayudar a crear una nueva conciencia empresarial. Dicho desde la perspectiva de la agilidad: tan importante como la acción, en este caso, “crear”, y el resultado deseado, la “conciencia empresarial”, que son las bases sobre las cuales pretendes construir. En ese sentido, utilizamos los principios y valores del manifiesto ágil y de Scrum para ayudar a nuestros clientes a desarrollar un ADN empresarial en armonía con las demandas sociales de nuestro tiempo.

La empresa cree que sus clientes pueden enaltecerse con la calificación CSM (Certified Scrum Master) y CSPO (Certified Scrum Product Owner), que son certificaciones dirigidas a comprobar las capacidades y desarrollo del ser humano.

En Scrum Colombia, nada se deja a la suerte: “Nos hemos preparado con los pensadores más relevantes del pensamiento ágil, de quienes tenemos su apoyo. Eso nos llevó a vivir experiencias de clase mundial y a desarrollar habilidades especiales para transmitir y ayudar a orquestar ese pensamiento en las empresas que entienden que hay quienes asumen la posición de no alterar porque nada está roto y aquellos que definen, basados en la renovación, el valor de lo nuevo”, detalla Schwartz. Abren un nuevo horizonte de negocios: “Indistintamente, trabajamos de la mano con aquéllos que anhelan alterar para traer al regalo ese futuro tan deseado”, garantiza.

En el área de RSE, Scrum señala que la biodiversidad es un tesoro inestimable que ha sido compartido como recurso natural. “Debemos garantizar que las futuras generaciones también puedan extasiarse consecuentemente, protegerla es un deber”, destaca.

La empresa también actúa con acciones de Responsabilidad Corporativa: «Queremos unirnos a la protección de una joya muy preciosa: la preservación de tiburones en los arrecifes del Pacífico colombiano», comenta Fabian Schwartz. «Por ejemplo, hay especies que, en los últimos 10 años, tuvieron una disminución de su población de hasta un 70%, entre otros factores, porque su distribución es restringida las zonas tropicales. Los tiburones viven en áreas intensamente exploradas y son víctimas frecuentes de actividades ilícitas, como la remoción de sus aletas», cuenta. De cada cupo vendido para un entrenamiento abierto de Scrum, la empresa dona una parte para su protección.



Fabian Schwartz, gerente general de Scrum Colombia



NOSSO CAFÉ

(11) 2944-7753

www.nossocafeitaquera.com.br

DEL SUEÑO LA REALIDAD: NOSSO CAFÉ ES UN ESPACIO ACOGEDOR PARA LOS NEGOCIOS

Para Nosso Café, el comprometimiento, la comunicación y la buena relación, sumados a la perseverancia son el secreto del éxito.

Nosso Café es un espacio acogedor en São Paulo, Brasil, que abriga bellas historias. Es el resultado del emprendimiento de las acciones de Antônio Soares, que prima por la transparencia, ética con todo su público.

Durante 12 años, el empresario investigó y fue gradualmente construyendo la concretización de sus sueños. Sentía que en Brasil faltaba un ambiente más acogedor, hasta que surgió la oportunidad de comprar un local en la región en São Paulo. «Cuando llegué al local, mi corazón me dijo que allí empezaría a realizar mi sueño», detalla Soares.

En la inauguración de Nosso Café, ya se sabía de antemano que sería un largo proceso para que se alcanzara el objetivo planteado en su plan de negocios el año 1997. Sin embargo, él ya estaba listo, solo le quedaba seguir adelante. Para el emprendedor, la estrategia es trabajar con honestidad, transmitir la confiabilidad y comprometimiento a sus stakeholders y estar siempre atento a sus intereses.



Fachada de la tienda Nosso Cafe en Sao Paulo

Nosso Café valora experiencias buenas y únicas con elegancia para que realmente esté presente en los corazones y en las historias de sus clientes.

Su fundador, Antônio Soares, nació y creció en Portugal, y tenía como objetivo conquistar su éxito con mucho trabajo. Y hasta hoy, día tras día, trabaja con las innovaciones y desafíos de los negocios. «Lo más importante es que me gusta lo que hago, y esa alegría la transmitimos en Nosso Café», destaca el empresario.

Mucho trabajo fue realizado para comenzar la empresa Nosso Café, que invirtió en pilares empresariales como dedicación, atención e innovación, hasta que eso se reflejó en el ambiente de la empresa, todo muy armonioso y con un equipo atento. «Podemos decir en el ámbito de confiabilidad con nuestros colaboradores, reclutamos sin prejuicios, ya sea de etnias, color, religión, opción sexual, etc. Contratamos empleados por la capacidad profesional, por la capacidad en servir para servir siempre», garantiza Soares.

Hoy, comercializan almuerzo y lanche, venden más de 80 tazas de café por día. «Todo eso para garantizar novedades a los clientes. Muchos clientes ya cerraron grandes negocios en Nosso Café, Nosso Café tiene como principio la transparencia, comprometimiento y ética para con sus clientes, brindando siempre un servicio con calidad y honestidad», detalla.

FASI CONSULTORIA: CON PIEZAS DE COLORES, APORTA A LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS Y MODELOS DISRUPTIVOS

Fasi Consultoria es una de las únicas empresas certificadas Lego Serious Play, facilitando el desarrollo de personas y procesos en el mercado de desarrollo

Fasi Consultoria actúa en procesos impares de empresas y profesionales que desean transformar, crecer y tienen éxito en sus trayectorias. Liderada por el trío de profesionales Carla Gerlanne Furtado Pinheiro, Ana Carolina Furtado Pinheiro de Medeiros y Marina Furtado de Vasconcelos, presenta buenos casos de desarrollo profesional en el mercado, procesos empresariales disruptivos e innovadores.

Para el liderazgo de Fasi Consultoria es importante desarrollar proyectos enfocados en el desarrollo de personas, profesionalización empresarial, independiente de su tamaño, siendo microempresa, empresa de pequeño, medio o grande porte, es algo que está vinculado al propósito del cambio. «Todo proyecto tiene para nosotros, de Fasi Consultoria, un significado único», destaca la directora ejecutiva Carla Pinheiro.



Las herramientas tácticas de la metodología Lego Serious Play

En un ambiente coloreado, la directora ejecutiva de la Fasi Consultoria, Carla Pinheiro, trabaja todos los procesos de gestión, selección y reclutamiento de personas y actúa también con el área financiera, dando soporte al crecimiento de las empresas. “Somos una empresa de gestión que aporta a que personas y profesionales sean agentes transformadores”, enfatiza.



Fasi Consultoria actúa hace más de 15 años en el mercado, brindando servicios de consultoría en Gestión Empresarial y Desarrollo Humano para empresas que buscan transformación, crecimiento y éxito. Otro diferencial es el uso de las herramientas tácticas de la metodología Lego Serious Play, metodología de facilitación, creada en 2010, disponible en un modelo de código abierto basado de la comunidad, que ayuda los empresarios y presidentes a visualizar soluciones creativas en sus operaciones y procesos productivos. Se señala, también, la importancia de realizar entrenamientos cíclicos y continuados en la empresa.

A Fasi es una de las únicas tres empresas certificadas por Lego Serious Play en el Estado de Ceará, para aplicar la metodología de Lego en las más diferentes culturas empresariales, que permite que las ideas innovadoras y mejoras organizacionales se realicen a través de la construcción de escenarios. «Tenemos muchos feedbacks de colaboradores, porque se necesita enfatizar la importancia de la participación del 100% de cada colaborador», destaca.

Con más de 15 años en el mercado, la consultoría está formada por mujeres, que son especialistas en entrenamientos innovadores que aportan para el desarrollo de personas, equipos y empresas que quieren apalancar sus carreras, favorecer los ciclos de aprendizajes que pueden interferir como cambios significativos de modelos disruptivos. Además de los entrenamientos realizados en los principales clientes, Fasi Consultoria también promueve entrenamientos internos para compartir los contenidos impartidos durante los ciclos. “Porque cuanto más enseñamos, más aprendemos que practicar es necesario para capacitar todo el equipo”, destaca la directora administrativa, Mariana Furtado.

Uno de los otros diferenciales es que las consultoras viajan personalmente para atender a todas las empresas de Brasil. “Todos nuestros consultores son formados en casa. Tenemos de estar adentro de la empresa, mirar los procesos y mirar, principalmente en las personas. Solo podemos hacer eso de una forma sostenible para nosotros y para los clientes”, destaca Carla.

La empresa tiene un posicionamiento firme al crear nuevas culturas, de forma colaborativa y unificado, diferenciándose del mercado, buscando la convergencia de los intereses empresariales con el de los colaboradores, de forma que alcancen el éxito. También actúa con psicoterapia para favorecer el desarrollo y fortalecimiento profesional, además de actuar en el desarrollo de personas con metodologías propias para estimular la creación de equipos unificados y de alto impacto.



Carla Pinheiro y Mariana Furtado, de Fasi Consultoria

Trabajando con el proceso de escucha activa con el objetivo de intensificar su relación con las partes interesadas, de acuerdo con Carla Gerlanne Furtado Pinheiro, el propósito es desarrollar soluciones innovadoras que generen valor a las empresas, inspirando personas, promoviendo un crecimiento constante y sostenible. “Creemos en el Desarrollo Humano como un ciclo constante que atraviesa fases de perfeccionamiento, generando soluciones para su empresa”, enfatiza Carla.

Con ética, seriedad, sigilo y comprometimiento, la empresa trabaja para transformar objetivos en resultados. La empresa se divide en cuatro grandes áreas con Diagnóstico, Entrenamiento, Implantación y Desarrollo. La meta de la empresa es aportar para que personas y empresas lleguen a los nuevos horizontes y las novedades del proceso de desarrollo humano.



Oficina facilita el desarrollo de personas y procesos en el mercado de trabajo



Sindicato dos Metalúrgicos de
Alumínio e Mairinque

SINDICATO DOS METALÚRGICOS DE ALUMÍNIO E MAIRINQUE

☎ (11) 4708-2858

✉ Correocomunicacaodosindicato@gmail.com

🌐 <http://metalurgicos.org.br/>

SINDICATO DOS METALÚRGICOS DE ALUMÍNIO E MAIRINQUE

La principal bandera del Sindicato es desarrollar un ambiente amplio de negociación en los acuerdos laborales colectivos, a fin de garantizar mejores acuerdos a los trabajadores, defender y ampliar los intereses y derechos de la categoría por representada.

Sueldos más justos, garantía de beneficios, mejor calidad vida e innumerables opciones de ocio para el trabajador y sus familiares son algunas de las conquistas de la entidad sindical.

El Sindicato dos Metalúrgicos de Alumínio e Mairinque lucha por los derechos de los trabajadores; actúa en pro de las causas sociales y también de las causas ambientales. El sindicato es mediador en discusiones internacionales entre grupos sindicales.

Luchan diariamente por los trabajadores. Data-base, PPR (Programa de Participación en los Resultados), sueldos más justos, beneficios como convenio médico, transporte, cesta básica, adicional de insalubridad, adicional de peligrosidad, entre muchos otros, presentes en la Convención Colectiva de Trabajo. Ofrecen diversas opciones de ocio como club de los metalúrgicos, salón de fiestas, convenios con empresas y entidades educacionales, barbería, servicios jurídicos, entre otros.



Comendador Dr. Arnaldo de Jesus Oliveira, del sindicato, participa del COP24, Polonia.

Un Sindicato fuerte y actuante depende de la fidelización de socios, buscan siempre mejorar su servicio, en la lucha diaria por el bienestar del trabajador y por más y mejores beneficios.

Buscan dar la debida atención a los trabajadores, enfocarse en su desarrollo, luchar y reivindicar derechos para el trabajador, garantizando la continuidad de las conquistas en la Convención Colectiva de Trabajo.

El Sindicato siempre luchará por los derechos de los trabajadores, batallando por las conquistas sindicales. Ningún derecho a menos.



Comendador Dr. Arnaldo de Jesus Oliveira, del Sindicato en el palco hablando sobre los impactos de cambios climático



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY IS OUR MISSION

Via Ricardo J. Alfaro,
The Century Tower Of. 401 - 03
Ciudad de Panamá
WhatsApp: +507 65332637
Phone: +507 836 - 5137
E-mail: info@laqi.org
www.laqi.org



www.linkedin.com/in/laqiquality



www.instagram.com/laqi.quality



www.flickr.com/photos/laqi_quality/albums