

QUALITY

MAGAZINE

CONTRIBUCIÓN DE LA AGRICULTURA PARA ALCANZAR LOS ODS



+12 PERFILES
EMPRESARIALES



**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

LA SUSTENTABILIDAD EN LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO UNA PERSPECTIVA
DESDE EL MARCO DE LOS ODS

EDITORIAL

04

PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

06

**CONTRIBUCIÓN DE LA AGRICULTURA
PARA ALCANZAR LOS ODS**

08

ALDO PIÑERO
**CONTRIBUCIÓN DE LA AGRICULTURA PARA
ALCANZAR LOS ODS**

12

PABLO NECOECHEA PORRAS
**LA CADENA DE VALOR DE LA AGRICULTURA
Y SU ROL ESTRATÉGICO EN LOS ODS**

16

SEBASTIAN CÁCERES LAQI
EL CONSUMO SOSTENIBLE DE ALIMENTOS

18

NOTA CENTRAL

20

DAVID LUENGAS HERNÁNDEZ
**LA SUSTENTABILIDAD EN LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO
UNA PERSPECTIVA DESDE EL MARCO DE LOS ODS**

26

REPORTAJES

28

AUGURO COMUNICACIONES
**LA COMUNICACIÓN COMO RECONSTRUCCIÓN
DEL TEJIDO SOCIAL**

32

BASSEGRAF-INK
**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: UN REQUISITO INDISPENSABLE PARA
GANARSE UN LUGAR EN LA MENTE DE LOS CLIENTES Y EN EL MERCADO
META.**

34

BCYSA SERVICIOS INDUSTRIALES S.A. DE C.V
**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ES MÁS QUE UNA FORMA
DE HACER NEGOCIOS**

36

CLÍNICA DERMATOLÓGICA GARZÓN

REPUTACIÓN CORPORATIVA: LA MEJOR
ESTRATEGIA PARA ATRAER MÁS CLIENTES

38

MIRAGE GROUP

EMBARCACIONES A SU MEDIDA

40

TECNECO FILTERS INTERNATIONAL S.A

TECNECO: EL MEJOR RECURSO DE LA EMPRESA ES
EL PERSONAL, AL QUE CONSIDERAN FAMILIA

42

ALPENDRE EVENTOS

INSPIRE EL SURPREENDENTE EN EL ALPENDRE EVENTOS

44

SK AMBIENTAL

ATENCIÓN E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

46

CRIAR VETERINÁRIO

EXCELENCIA EN EL SERVICIO SE RESUME EN
CRIAR VETERINÁRIO

48

IKÊ ASSISTÊNCIA

CON EL LEMA «CONTIGO SIEMPRE QUE LO NECESITES», IKÊ ASSISTÊNCIA
INNOVA EN EL MERCADO, CON SEDE EN BRASIL Y EN OTROS PAÍSES DE
LATINOAMÉRICA, COMO COLOMBIA, ARGENTINA Y MÉXICO.

52

RONEELY FEITOSA ADVOGADOS ASSOCIADOS

EN BUSCA DE LA MEJORÍA DE LA GESTIÓN PROCESAL EN BRASIL

54

LABCHEMS

LABCHEMS ENFOCADA EN LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD
A NIVEL MUNDIAL Y EN LAS MEJORES PRÁCTICAS AMBIENTALES



PREZADOS LAQINOAMERICANOS

¡Bienvenidos a la edición 215 de nuestra
Quality Magazine!

Esta edición trae una visión de LAQI acerca de los ODS y la agricultura. Hemos estudiado profundamente el asunto y de la mano con nuestros especialistas internacionales elaboramos un material especial para nuestros Miembros. ¡Espero que lo disfruten!

Queremos que nuestros #LAQInoamericanos estén siempre informados, capacitados y con información relevante en la mano para liderar el cambio.

Estamos en plena realización de nuestra agenda 2019 y ya visitamos a Argentina, Colombia, Ecuador y Brasil. ¡Más de 1000 personas ya han pasado por nuestros encuentros y programas de Certificación y Reconocimiento este año, y aún falta mucho más! En la próxima edición, tendremos una nota especial acerca de nuestro Road Show.

También en esta edición, preparamos el perfil de 12 miembros de nuestra organización muy comprometidos con la Responsabilidad Total y el Modelo de Excelencia de LAQI. Es para nosotros un orgullo presentarlos a nuestra comunidad de miembros y hacer notar el compromiso público de cada uno de ellos.

Finalmente, les cuento que ya empezamos los preparativos para nuestro Quality Festival 2019, que este año será realizado en la fantástica ciudad de Foz do Iguaçu. Tenemos preparada una agenda muy especial para nuestros miembros, así como la entrega por primera vez del President's Choice Awards, un reconocimiento especial a una lista corta especialmente seleccionada por mí. Será una oportunidad más que especial de volver a vernos en los escenarios.

Me despido, no sin antes expresar mi más profundo cariño y agradecimiento a cada uno de ustedes.
#LAQInoamericanos.

¡Los veo pronto!
Un abrazo a la distancia,

Daniel Maximilian Da Costa, DHC
CEO & Founder
Latin American Quality Institute

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

CEO & FOUNDER
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

DIRECTOR GENERAL QUALITY MAGAZINE

JUAN LUIS CORREA

jlcorrea@laqi.org

EDITOR

LIC. LILIANA ROA

liliana@laqi.org

COMUNICADOR RESPONSABLE

LIC. JUAN SEBASTIÁN

sebastian@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI

thiago@laqi.org



Shampoo e Gel para a Barba

SKULL FROST

2 em 1
Feito para o
homem moderno
e extremamente
exigente!

Utilizado nas
Barbearias Gourmet



Imagem Ilustrativa

Produto Exclusivo

Smell
of fragrance

smellfragrance
.com.br

A hand is shown in the foreground, holding a green plant stem with several leaves. The background is a vast field of tall, green grass that stretches towards a horizon under a bright blue sky with large, white, fluffy clouds. The overall scene is bright and natural, suggesting a focus on agriculture or environmental science.

CONTRIBUCIÓN DE PARA ALCANZAR

A hand in a dark suit sleeve holds a small, green, textured globe of the Earth. The globe is positioned over a vast field of golden wheat that stretches to the horizon. The sky is bright blue with large, white, fluffy clouds. The overall scene is a metaphor for agriculture's role in global development.

E LA AGRICULTURA ZAR LOS ODS



 <http://atpyasociados.com.ar/>

 aldopinero@gmail.com

 +541165861248

CONTRIBUCIÓN DE LA AGRICULTURA PARA ALCANZAR LOS ODS



El 25 de septiembre de 2015, los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas. La comunidad internacional quedó así comprometida a erradicar la pobreza y el hambre y a lograr el desarrollo sostenible en sus tres dimensiones (social, económica y ambiental) a lo largo de los próximos 15 años (2016-2030).

Tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), la Agenda 2030 representa una verdadera transformación en cuanto a la visión y enfoque del desarrollo, una visión global de la prosperidad para los pueblos y para el planeta que aspira a involucrar a todo el mundo sin “dejar a nadie atrás”.

Los ODS fueron definidos tras la más amplia consulta global de la historia entre las distintas partes y son la primera iniciativa de desarrollo mundial de la historia liderada por los Estados Miembros. Establecen objetivos específicos que los países deben alcanzar en un plazo acordado, y contemplan un seguimiento periódico para medir el progreso logrado.

LOS ODS SON AHORA EL PRINCIPAL REFERENTE PARA LAS POLÍTICAS Y PROGRAMAS DE DESARROLLO A NIVEL NACIONAL interesadas y son totalmente propiedad de los países. Son universales (tan relevantes para los países desarrollados como para los países en desarrollo) e indivisibles, y están interrelacionados. Ningún objetivo está aislado de los demás, y cada uno requiere enfoques integrales y participativos.

Los ODS son ahora el principal referente para las políticas y programas de desarrollo a nivel nacional. Cada país está revisando los 17 objetivos para determinar cómo plasmarlos en planes factibles pero ambiciosos. Están evaluando cómo utilizar sus recursos nacionales para conseguir un cambio auténtico, basado en sus propias prioridades, necesidades, fases de desarrollo, capacidades, recursos, estrategias, asociaciones y medios de implementación.



Por ello ante tamaño desafío internacional, cabe preguntarnos ¿en el modo local y especialmente en el personal? ¿qué actuación deberemos implementar como integrante de la sociedad productora y comercializadora?

La primera contribución que se propone realizar es un análisis pormenorizado de compromiso (qué hacer) y definición personal y colectivo (cómo hacerlo).

¿Es importante analizar esto previamente?

Sí... claro... porque contrariamente estaremos con unas declamaciones de intenciones, omitiendo procurar que la intención se convierta en acción, prolija, ordenada, medible y reflejante de la realidad de cada país, zona geográfica, climatológica, etc.

Intentando comparar con los indicadores universales y nuestro análisis de la realidad vigente comparar -entre lo propuesto por el colectivo y lo posible según la propia realidad de cada uno- así, de tal manera, posibilitará alcanzar propuestas colectivas posibles, pero también accesibles, por cuanto podrá ocurrir una posición de cambio y adaptación personal que potenciada al colectivo asegurará traspasar -el que- para el lograr -el hacer-.

Nota: Vale la pena recordar que el Desafío Hambre Cero, por el ex Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon, solicitando lo siguiente:

- 1.** 100% de acceso a una alimentación adecuada durante todo el año
- 2.** Cero niños menores de 2 años con retraso de crecimiento
- 3.** Totalidad de los sistemas alimentarios sostenibles
- 4.** Aumento del 100% en la productividad e ingresos de los pequeños agricultores
- 5.** Cero pérdida o desperdicio de alimentos

Estos cinco puntos requieren inversiones continuas en la mejora de la productividad agrícola, especialmente donde la productividad sea inferior a su potencial, así como la adopción de tecnologías de ahorro de recursos. Siendo necesario proteger unos recursos escasos y unos ambientes frágiles, al tiempo que habrá que promover estilos de consumo más racionales, especialmente entre las poblaciones más ricas.

Bien, ahora entonces sí encontremos nuestra realidad personal y colectiva zonal y así estaremos en condiciones de analizar una propuesta que nos lleve al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sustentables (todos) aunque en este caso el:



Ord	Cuestión	influencia		Calificar mis necesidades (*)			
		si	no	Cultu- ral	Educa- cional	Tecno- logico	Econo- mico
1	Contribución poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, según mis instalaciones						
2	Aporto con mis producciones alimentos básicos para la nutrición infantil						
3	Aporto con mis producciones alimentos básicos para la nutrición juvenil y adolescente						
4	La tecnología que utilizo para la productividad plena de los sustratos en nutrientes es posible readaptarla						
5	Mis procesos de productividad los considero optimizados						
6	Mi cultura laboral está basada en la "mejora continuada"						
7	Mi capital financiero me posibilita iniciar o participar colectivamente en algún plan de mejora en rendimiento y calidad						
8	Participo activamente en la gestión organizada a través de instituciones corporativas/cooperativas						
9	Otra						
10	Otra						

(*) 1 – no poseo carencias – 2 – algunas carencias menores – 3 – algunas carencias mayores – 4 – muchas carencias mayores – 5 – mis carencias superan la posibilidad de contribución directa a la adaptación y cambio

Concluyendo, vale recordar que el modelo de "encuesta situacional" debe considerarse como "inventario de realidad" y él como está dicho, posibilita en todos los casos y situaciones, tomar conocimiento pleno intelectual facilitando la predisposición de lograr un inventario acertado que facilita la cooperación efectiva entre los diferentes niveles sociales y/o profesionales activos participantes

Há 27 anos
transformando
nosso mundo!

contato@favinhodemel.com.br | www.favinhodemel.com.br



PABLO NECOECHEA PORRAS

**COORDINADOR DE SUSTENTABILIDAD
Y ANÁLISIS**



<https://www.televisa.com/>



pdnecoecheap@televisa.com.mx



52612000 ext 12349

LA CADENA DE VALOR DE LA AGRICULTURA Y SU ROL ESTRATÉGICO EN LOS ODS

En 2015, los líderes mundiales, generaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger al planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible: «Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible», que contiene 17 ODS, con metas específicas a ser alcanzadas en 15 años.

En estos ODS participamos todos, tanto sector privado, gobiernos y sociedad civil, ya que las metas son de carácter integrado e indivisible y de aplicación universal. El logro de los ODS será motor clave del crecimiento económico. Las empresas están avanzando hacia prácticas, productos y servicios más sostenibles brindando nuevas oportunidades de inversión. Sin embargo, los retos que plantean los ODS reflejan la existencia de riesgos operacionales que deben ser identificados y gestionados mediante prácticas sostenibles.

LOS ODS EN EL SECTOR AGRÍCOLA

Los alimentos tienen una gran huella ecológica, desde las emisiones de carbono hasta el consumo de agua dulce, que deben abordarse para lograr un sistema alimentario global sostenible. La agricultura, incluida la irrigación, el riego y la producción de alimentos para el ganado y la acuicultura, es el mayor consumidor de agua del mundo. La FAO alerta que la agricultura y la ganadería generan un 20% de gases de efecto invernadero (GEI).

Los pequeños productores agrícolas y la agroindustria tienen un rol fundamental en la consecución de objetivos globales. La contribución que la cadena de valor del agro puede hacer a la Agenda 2030 se relaciona principalmente con los siguientes ODS:

• **ODS 1 (Fin de la pobreza):** Según los datos del Banco Mundial la población rural constituye el 45% de la población en el mundo, gran parte de la población rural pobre está conformada por agricultores familiares, productores de subsistencia o trabajadores agrícolas sin tierras. Entonces, la agricultura puede contribuir más a reducir la pobreza que cualquier otro sector.

- **ODS 2 (Hambre cero):** La FAO ha estimado que la producción de alimentos deberá aumentar en un 70% para garantizar las necesidades nutricionales de más de 9.000 millones de personas en el planeta en 2050.
- **ODS 4 (Educación de calidad):** Las externalidades de la agricultura deberían permitir a los agricultores acceder a las habilidades, herramientas, insumos y conocimientos que necesiten.
- **ODS 5 (Igualdad de género):** La FAO en su marco estratégico incluye el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género como factor fundamental para un mundo libre del hambre y la malnutrición.
- **ODS 6 (agua limpia y saneamiento):** Las Naciones Unidas advierten que la demanda de agua crecerá hasta un 30% en 2050. La agricultura requerirá más agua de lo que se puede sostener para alimentar al mundo.
- **ODS 7 (Energía asequible y limpia):** De acuerdo con la firma especializada en gestión de riesgos DNV GL, la energía en el mundo en 2050 tendrá: 50% renovables, 50% combustibles fósiles. Es probable que aumenten los cultivos para usarlos como biocombustibles, duplicándolos o incluso triplicándolos como proporción del uso total.
- **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico):** En las zonas rurales, la agricultura puede ser un motor del empleo y el desarrollo para promover un crecimiento económico sostenible.
- **ODS 10 (Reducción de las desigualdades):** Al impulsar la agricultura se desarrolla la economía sectorial, lo que incentiva la igualdad de oportunidades.
- **ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles)** El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas prevé que el 68 % de la población vivirá en zonas urbanas en el 2050. En consecuencia, es fundamental el rol de la agricultura rural, urbana y periurbana.
- **ODS 12 (Producción y consumo responsables)** La FAO calcula que la producción agroindustrial mantendrá el ritmo marcado por la demanda, pero persistirá la inseguridad alimentaria.
- **ODS 13 (Acción por el clima):** De acuerdo con la OCDE, para 2030 el potencial de mitigación de carbono de la agricultura podría alcanzar hasta el 7.5% de las emisiones globales totales, dependiendo del precio del carbono y la adopción de medidas de productividad agrícola.

- **ODS 14 (Vida submarina):** Gestión sostenible del sistema- producto (acuicultura y maricultura).
- **ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres):** Mejorar la eficiencia de las tierras agrícolas puede ayudar a satisfacer la demanda de alimentos y reducir la conversión de hábitats naturales y bosques para un cultivo adicional.

COLABORACIÓN EN LA CADENA DE VALOR AGRÍCOLA.

La promoción de las mejores prácticas en la agricultura sostenible requiere la colaboración de los grupos de interés. Se requiere fomentar programas innovadores y políticas públicas para una agricultura sostenible. La agroindustria debe participar e influir en la formulación de políticas cuando se trata de la sostenibilidad no solo de la agricultura, sino también de la cadena de suministro de alimentos. La gestión de la sostenibilidad en el sector agrícola.

Casi todos los ODS son relevantes para la agricultura. Las mejores prácticas requerirán nuevos enfoques para la agricultura sostenible que se centren no solo en aumentar los rendimientos agrícolas, sino también en aumentar el acceso a los alimentos. A la vez, que conserven los recursos y reduzcan el impacto ambiental de la agricultura, en particular la generación de GEI.

Es necesario apoyar la cadena de valor agrícola ayudándola a adoptar prácticas agrícolas sostenibles, pues, los pequeños agricultores, agronegocios y las empresas de alimentos, desempeñan un factor importante en la sostenibilidad de la agroindustria.

El promover la adopción de tecnología, transferencia de conocimientos y mejores prácticas entre los agricultores es una forma poderosa de apoyar al sector y fortalecer sus negocios al tiempo que se adoptan prácticas agrícolas sostenibles que desarrollen la economía y mitiguen los GEI.

Focada em transformar os conteúdos, antes somente oferecidos presencialmente, em um mundo digital ao alcance de todos.



- 01 Implementação de Universidade Corporativa.
- 02 Produção para capacitações on-line.
- 03 Equipe com experiência na área educacional e corporativa.
- 04 Banco de conteudista e/ou atores especialistas em produzir e gravar cursos e capacitações na modalidade a distância.



educacional

44 3301.9412

contato@vgeducacional.com.br
www.vgeducacional.com.br

EL CONSUMO SOSTENIBLE DE ALIMENTOS

Uno de los grandes desafíos que tiene la humanidad para los próximos años es el tema de la alimentación. Según la Organización de las Naciones Unidas se pronostica que para el año 2050 tendremos aproximadamente casi 10 mil millones de habitantes, es decir, se estima que la producción de alimentos deberá duplicarse.

Debemos comenzar a pensar en cómo será la alimentación para tantas personas y no solo eso, sino también en la calidad de esta sin comprometer los recursos naturales que hoy en día se ven muy afectados.

Comer insectos, por ejemplo, se está tornando en una gran alternativa gracias a su alto contenido nutricional, por eso, existen varias ventajas en su consumo. Una de ellas es que existen aproximadamente 1900 especies comestibles conocidas y que contienen proteína y grasas «buenas» para el ser humano. Además que sus crías emiten menos gases de efecto invernadero que la ganadería y pueden ser una fuente rica para todo tipo de personas. De hecho, la cría de insectos con propósitos alimentarios puede llegar a ser incluso necesaria, a la luz del crecimiento de la población mundial. Peor aún cuando vemos como el suelo se hace escaso, los océanos sufren la sobrepesca y el cambio climático genera un estrés adicional al sistema alimentario global.



Criar insectos para consumo humano o animal es una posible alternativa para satisfacer la demanda global que está virtualmente inexplorada. Sabemos que Latinoamérica tiene un gran papel en la agricultura global, debemos alcanzar uno de los objetivos que nombra las Naciones Unidas: «Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y promover la agricultura

sostenible», fomentando buenas prácticas para atender la demanda mundial de producir alimentos con base en los pilares económico, social y ambiental.

Debemos generar esfuerzos por incrementar la producción y el consumo de alimentos más sostenibles y más en aquellos países que no cuentan con una cultura receptiva a este tipo de alimentación ya que cambiar la dieta acostumbrada no es fácil porque se trata de un cambio de comportamiento individual.

En los últimos años, ha habido un aumento de las plagas y enfermedades en plantas y animales, que ponen en riesgo la seguridad alimentaria. Asimismo, el cambio climático ha generado transformaciones inesperadas en la agricultura.

América Latina es la región que más desperdicios y pérdidas genera en su cadena de valor de los alimentos, en las diferentes etapas. Esto exige una mejora de la infraestructura y tecnologías de más calidad. Algo sumamente importante es que los agricultores cuenten con capacitaciones para mejorar la manipulación y uso de los productos. Debemos saber que la mano de obra calificada es importante para concebir un continente que quiera crecer en el corto y mediano plazo. Estas habilidades permitirán generar ventajas comparativas en los demás, minimizando cualquier riesgo para la salud humana y el medio ambiente. Por ejemplo, el monitoreo meteorológico para optimizar tareas en campo, mejorando la predicción y el control de enfermedades y plagas. Se debe promover los productos naturales. No es lo mismo ingerir un producto natural que otro que ha recibido tratamientos químicos.



Promover y divulgar este tipo de temas es muy importante, así como saber que existen alternativas, lograr que muchas más personas se concienticen y evalúen el impacto que se generan con el desperdicio de residuos de comida.

La juventud juega un papel fundamental en este proceso, por eso, a través de las universidades, o centros de estudios superiores, se deberían priorizar dentro de los planes de estudios, los cultivos orgánicos, ecológicos, el cuidado del planeta y la sostenibilidad.

Nuestra Latinoamérica deberá avanzar para superar el gran desafío que se viene adelante y así poder aportar a la construcción de una agricultura sostenible que sea cada vez más fuerte y segura para alimentar no solo la región, sino también la población mundial.



A close-up photograph of a hand holding a single stalk of wheat. The hand is positioned at the bottom of the frame, with fingers gently gripping the base of the grain. The wheat stalk is vibrant green and appears to be in the early stages of growth. The background is a vast, rolling field of similar wheat, stretching towards a horizon under a bright, overcast sky filled with large, white, fluffy clouds. The overall scene conveys a sense of agricultural care and natural growth.

NOTA C

A hand in a dark suit sleeve holds a globe of green grass. The background is a vast field of tall grass under a blue sky with white clouds. A single tree is visible on the left horizon.

ENTRAL



 <https://www.bcysa.com.mx/>

 dluengas@bcysa.com.mx

 +52 55 3683-7000 Ext. 317

LA SUSTENTABILIDAD EN LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO UNA PERSPECTIVA DESDE EL MARCO DE LOS ODS

Las especies que sobreviven no son las más fuertes, ni las más rápidas, ni las más inteligentes, sino aquellas que se adaptan mejor al cambio. En la lucha por la supervivencia, los más aptos ganan a expensas de sus rivales porque consiguen adaptarse mejor a su entorno. - Charles Darwin

En el panorama actual de los negocios, las organizaciones están enfrentando exigencias y requerimientos del cliente y partes interesadas más estrictos y precisos, con tiempos de entrega exactos, precios con tendencia decreciente, cero defectos en la calidad de los productos, relación favorable con el medio ambiente, así como la provisión de una atmósfera viable para la seguridad y salud en el trabajo garantizando la integridad de su personal. Las exigencias mencionadas, en algunos casos, son requerimientos que se encuentran establecidos contractualmente y su incumplimiento genera penalizaciones. Debido a ello, las empresas se ven en la necesidad de generar estrategias que les permitan dar cumplimiento a estos requisitos y con ello asegurar la permanencia de su organización, generando los ingresos deseados, siempre bajo una perspectiva responsable y sustentable, considerando, en este propósito: el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO

 **Personas**



 **Planeta**



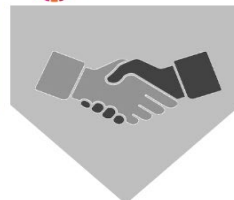
 **Prosperidad**



 **Paz**



 **Alianzas**



El equilibrio que deben mantener las organizaciones en la dimensión económica, ambiental y social es fundamental para su sobrevivencia en el largo plazo. Por esta razón, considero que una estrategia fundamental para instaurar la sustentabilidad como elemento clave de la filosofía organizacional es la implementación de acciones que contribuyan a la Agenda 2015-2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el Desarrollo Sostenible, ya que esta agenda establece una visión transformadora desde una perspectiva económica, social y ambiental. Citando a Amina J. Mohammed, Vicesecretaria General de las Naciones Unidas, los ODS se definen como "mecanismos apropiados que permiten a la población y a sus dirigentes de forma conjunta participar en la búsqueda de consensos sociales y disminuir las brechas". Esta agenda de objetivos se estableció en la conferencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre el desarrollo sostenible llevada a cabo en Río de Janeiro, el 25 de septiembre de 2015. Dicha agenda está compuesta por 5 rubros y 17 Objetivos, los cuales hacen un llamado para la adopción de medidas que permitan poner fin a la pobreza y el hambre, garantizar la prosperidad y desarrollo social, promover la paz, proteger el planeta y garantizar los derechos de todas las personas para que de esta forma se pueda fomentar y crear un mundo mejor.

RUBROS QUE INTEGRAN LA AGENDA DE LOS ODS:

Personas:

El capital más importante de una organización y de una nación son las personas, no podemos hablar de desarrollo de un país y tampoco de desarrollo sustentable cuando a nivel mundial hay discriminación contra las mujeres y niñas. Alrededor de 736 millones de personas aún viven con menos de US\$1,90 al día (2015) y muchos carecen de recursos para cubrir necesidades básicas como alimentos, agua potable y servicios de salud. Es difícil hablar de desarrollo sostenible cuando a nivel mundial, 6 de cada 10 niños y adolescentes no están logrando un nivel de competencia mínima en lectura y matemáticas y la violencia de género aumenta considerablemente cada día tras presentarse nueve feminicidios diarios solo en nuestro país.

Debido a estas cifras mencionadas y muchas otras más, esta agenda establece un rubro específico para generar estrategias viables que involucren al sector social, sector gubernamental y sector privado para promover un cambio en estas problemáticas que se agudizan cada vez más, a través de poner fin a la pobreza y el hambre en todas sus formas y garantizar la dignidad e igualdad de las personas, mediante la educación, salud y bienestar.

El rubro está constituido por los siguientes objetivos:

ODS 1: Poner fin a la pobreza

ODS 2: Poner fin al hambre y mejorar la nutrición

ODS 3: Salud y bienestar

ODS 4: Educación de calidad

ODS 5: Igualdad de género

**Planeta:**

Sin planeta no hay vida y sin vida no hay desarrollo en las personas ni en las naciones. En los próximos dos decenios, se espera que más personas se sumen a la clase media en todo el mundo, esto es bueno para la prosperidad individual, pero aumentará la demanda de recursos naturales, ya limitados. Si la población mundial alcanza los 9.600 millones de personas en 2050, para mantener el actual estilo de vida será necesario el equivalente a casi tres planetas.

El aumento de las sequías y la desertificación están empeorando. Se estima que al menos una de cada cuatro personas se verá afectada por escasez recurrente de agua para 2050, el cambio climático repercute la escasez de alimentos y de agua, la escasez de agua afecta a más del 40% de la población mundial, y se prevé que esa cifra aumente. Por eso, estos objetivos están enfocados a la conservación y protección de los recursos naturales de nuestro planeta y a la generación de acciones para el control del cambio climático como medio para la preservación y protección de los ecosistemas como entes generadores de los insumos para la subsistencia de las generaciones futuras.

El rubro está constituido por los siguientes objetivos:

ODS 6: Agua limpia y saneamiento

ODS 12: Producción y consumo responsables

ODS 13: Acción por el clima

ODS 14: Vida submarina

ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres



Prosperidad:

Sin actividad económica no hay progreso, pero tampoco hay desarrollo si en la sociedad hay desigualdades y si en la dinámica empresarial como motor de la economía no se tiene innovación en todas sus dimensiones no podemos hablar de progreso cuando en la actualidad 828 millones de personas viven en barrios marginales, en promedio la desigualdad de ingresos aumentó en un 11 % en los países en desarrollo entre 1990 y 2010, la tasa de desempleo global se situó en el 5.6% en 2017 y en todo el mundo, 2.400 millones de personas carecen de acceso a saneamiento básico. Las desigualdades y la falta de innovación, incluyendo energías limpias, amenazan el desarrollo social y económico de nuestro país y el mundo. Los objetivos que conforman este rubro tienen la finalidad de trabajar en acciones que aseguren vidas prósperas y satisfactorias en armonía con la naturaleza y el desarrollo económico.

Los objetivos que conforman este rubro son:

- ODS 7:** Energía asequible y no contaminante
- ODS 8:** Trabajo decente y crecimiento económico
- ODS 9:** Industria, innovación e infraestructura
- ODS 10:** Reducción de las desigualdades
- ODS 11:** Ciudades y comunidades sostenibles



Paz:

No podemos pensar en sustentabilidad cuando entre los integrantes y las naciones no se tiene paz. Vivimos en un mundo cada vez más dividido, en el cual puede prevalecer el conflicto, la violencia y la inseguridad, estos elementos conllevan al desorden.

Hay 10 millones de personas apátridas en todo el mundo a las que se les ha negado la nacionalidad y los derechos conexos; 603 millones de mujeres viven en países donde la violencia doméstica no se considera un delito; cada minuto, casi 20 personas son desplazadas como resultado de un conflicto o persecución.

La paz como parte de uno de los ODS tiene como propósito lograr sociedades pacíficas, justas e inclusivas. Ningún desarrollo será sostenible si las naciones y sus integrantes no viven en paz.

El objetivo que integran este rubro es:



Alianzas:

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible solo se pueden lograr con alianzas, entre el sector social, gubernamental y privado. El propósito de las alianzas es fortalecer los vínculos con los distintos sectores mediante mecanismos de cooperación nacional e intencional, para contribuir al desarrollo sostenible en beneficio de todos sus integrantes particularmente los más vulnerables.

El objetivo que integran este rubro es:

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos

Implementar la Agenda 2015- 2030 requiere la participación de las empresas, sector privado, gobierno y sociedad civil. El éxito será resultado de la contribución de todos los actores que hacemos parte de esta dinámica. El sector privado es un socio vital para el logro de esta agenda de objetivos. Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que es importante que todas las empresas de todo el mundo evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados.



El desafío de las organizaciones está en alinear sus estrategias organizacionales y objetivos de negocio a los ODS con el propósito de realizar transformaciones en pro de un mundo sustentable.



**SAÚDE E BEM ESTAR
EM PRIMEIRO LUGAR**



**CENTRAL DE VENDAS
0800 591 0931
11 2411 0031**

**✉ CONTATO@OMECAPS.COM.BR
📍 SÃO GABRIEL, 369 - VILA RENATA
GUARULHOS-SP CEP: 07056-090**



REPOR

A hand in a dark suit sleeve holds a transparent globe over a vast field of golden wheat. The background features rolling hills and a bright blue sky with large, white, fluffy clouds. The scene is captured from a low angle, emphasizing the scale of the landscape.

TAJES



Auguro, Estrategia y Comunicación una empresa única en el ramo de la asesoría, consulta y estrategia política. Se creó en 2005 por la estratega en comunicación Giselle Perezblas quien ha sido la responsable de la estrategia política y comunicacional de diversas campañas electorales y comunicación de gobiernos estatales y municipales. Asimismo, ha colaborado en distintas ocasiones en el diseño e implementación de la estrategia mediática y productos comunicacionales. En el campo de la estrategia de comunicación política, el día a día se sumergen en la producción de contenidos mediáticos, mapeo de perfiles de personajes públicos, ajustes de imagen, slogans, mediciones cualitativas y cuantitativas, expectativas electorales y diagnósticos del contexto sociopolítico soslayando muchas veces el impacto social que tenemos sobre la población y la responsabilidad que conlleva construir un proceso comunicacional. Sin embargo, Auguro está convencido de que a través de la comunicación se puede ayudar a la reconstrucción del tejido social, cambiar actitudes, eliminar prejuicios, proyectar sueños colectivos, atemperar, enardecer y encausar la opinión pública y cambiar la narrativa de una nación. Sus campañas se centran en programas de empoderamiento ciudadano y en creación de redes afectivas, ya que es a través de éstas que se forjan lazos entre la población y se impulsan líderes sociales que podrán seguir trabajando por la comunidad a largo plazo.

En ese sentido, buscan la creación de programas que abran nuevos capítulos en la historia, con mensajes que puedan cambiar el ánimo social y actividades que fortalezcan a las instituciones. Considerando que uno de los objetivos principales es que los proyectos sobrevivan al periodo electoral para que el impacto en la población sea real. De esa manera, sus proyectos generan un cambio profundo en los individuos, cambiando sus paradigmas y también les ofrece elementos de seguridad, confianza y empoderamiento para que puedan luchar por sus sueños y exigir lo que merecen. Cada proyecto que surge en Auguro está enfocado en la realidad de nuestros tiempos, puesto que en la actualidad para sembrar conciencia es fundamental unificar voluntades, estrategia y creatividad en una sola causa, únicamente así se puede sostener un proyecto a largo plazo.



Es por ello que cada proyecto se concibe desde el crisol de sueños colectivos y la respuesta a estos se diseña desde el discurso y, posteriormente, en la ejecución de las propuestas. En cada proyecto político Auguro apuesta a crear apegados al respeto del entorno, ello a través de acciones que, por un lado, promuevan el cuidado y el desarrollo del medio ambiente y, por el otro, inculquen una cultura de preservación de este.

Por consiguiente, en cada campaña buscan la creación de programas enfocados a la conservación ambiental con brigadas de limpieza de playas, de reforestación de camellones, instalación de botes de basura, limpieza de la ciudad y talleres educativos para inculcar la importancia de la preservación del planeta. En Auguro la satisfacción del cliente se hace a partir del empoderamiento

ciudadano, porque lo que ofrecen es la construcción de un puente comunicacional entre una aspiración política y una campaña basada en estrategias que encuentren su éxito en vincular los deseos, esperanzas y emociones del ciudadano. Esto va acompañado de movilizaciones sociales que encausen de lo individual a lo colectivo y materialicen cada propósito en la implementación de prácticas creativas, innovadoras e irreverentes que impulsen el cambio. Sus triunfos van más allá de un resultado electoral o del impacto mediático, ya que la conexión que tienen con sus clientes, se fortalece en la medida de su crecimiento para convertirse en agentes de cambio para la ciudadanía; este crecimiento va acompañado de una evaluación cuantitativa y cualitativa de su impacto político, económico y social sobre el territorio que se represente.



Este tipo de acciones son implementadas por Auguro mediante una visión de responsabilidad corporativa basada en un compromiso social. Esta visión de responsabilidad corporativa se ha materializado en acciones tangibles, como la creación de manuales para la protección de las poblaciones ante desastres naturales. La creación de estos manuales surge ante la urgencia de contar con materiales de auxilio frente al sismo ocurrido en septiembre de 2018 en la Ciudad de México, que causó tanto devastación como la fortaleza y la unión de millones de mexicanos.

En este proceso de auxilio y siendo México un país con una inmensa diversidad geográfica y una compleja composición social, el equipo de Auguro decidió no sólo desarrollar manuales de auxilio frente a los sismos, sino también ofrecer recomendaciones ante epidemias y otros desastres naturales como los tsunamis, ciclones, tormentas, erupciones volcánicas, huracanes, etc.

Estos manuales de auxilio frente a los desastres naturales y las epidemias son un ejemplo de muchos por los cuales Auguro se caracteriza como una empresa que tiene una visión de responsabilidad social y trabaja día con día por y para ello. Más aún, uno de sus grandes propósitos es la elaboración de proyectos con metas que apunten hacia la construcción de un futuro basado en deseos y aspiraciones para las poblaciones con las que se trabaje, ya que de eso se trata la responsabilidad social, de identificar problemas y resolverlos en medida de que el cambio sea no sólo realizable, sino también una aspiración de todo el colectivo.





 <http://www.bassegraf-ink.com.ar/>

 administracion@bassegraf-ink.com.ar

 541142053803

BASSEGRAF-INK S.A. se creó con el objetivo de generar una empresa de fabricación, comercialización, distribución y exportación de tintas gráficas y afines, orientada a la calidad del producto y a la más alta excelencia en el servicio. La empresa lleva más de 28 años abasteciendo a la industria gráfica con insumos para impresión offset. Bassegraf-Ink S.A. se expandió a la

La Responsabilidad Social aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización y los cambios internos, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa. Este proceso llevó a que se incorporaran reglas en forma voluntaria, bajo

las cuales se creó un compromiso con la comunidad y el entorno. Actualmente se encuentran en una etapa de expansión del negocio. Lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente es uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (pro-



fabricación de tintas líquidas incorporando nuevas tecnologías y consolidando la experiencia como proveedor de la exigente industria gráfica. Además de uno de los principales proveedores del mercado de impresión flexográfica de banda angosta, la primera fábrica nacional en desarrollar tintas conductivas que se utilizan para productos impresos inteligentes o funcionales. También han incorporado valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto en su entorno social y natural.

ducción, finanzas, recursos humanos) Al ser una empresa dedicada a la fabricación de insumos, es de vital importancia la sinergia entre cliente, proveedor para lograr el éxito en sus procesos. El resultado debe estar dentro del rango esperado y no hay posibilidad de error. Realizan capacitaciones acerca de las habilidades técnicas e interactivas: con el fin de proporcionar calidad en el servicio, en torno a las habilidades técnicas y los conocimientos necesarios, y los procesos o habilidades de interacción.

METAS DEL PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

CORPORATIVA

1ª Meta de gestión de relaciones:

Basegraf-Ink trabaja para conseguir la meta de mantener una buena relación de escucha y conversación activa con la informada y exigente sociedad actual, para mantener su competitividad y su rentabilidad a corto y largo plazo.

2ª Meta de gestión de tareas:

Basegraf-Ink trabaja para lanzar constantemente acciones de RSC, dando respuesta a las preocupaciones sociales, para mantener su competitividad y su rentabilidad a corto y largo plazo.

3ª Meta de gestión de reputación:

Basegraf-Ink lleva a cabo constantes iniciativas de RSC para preservar y mejorar su reputación, para mantener su competitividad y su rentabilidad a corto y largo plazo
General: impulsar estrategias de acción de desarrollo comunitario, que permitan ampliar la comunicación y mejorar la relación con todos sus públicos externos.

Específicos:

Llevar a cabo la estrategia de RSC para la mejora de su reputación empresarial, que se sustenta en acciones

Llevar a cabo una estrategia de RSC para mejorar el bienestar de la sociedad.

Llevar a cabo una estrategia de RSC para apostar por ser sostenible y responsable.

Llevar a cabo una estrategia de RSC para mejorar relaciones con los empleados.



En Bcysa Servicios Industriales S.A. de C.V. todos los días busca sumarse al camino de la sustentabilidad, generando estrategias que nos permitan desarrollar acciones en pro de la misma, ya que en nuestra empresa, hoy en día visualizamos a la responsabilidad social empresarial más que como una forma de hacer negocios, como un verdadero estilo de vida, debido a que al ser una empresa del sector industrial y energético, es de vital importancia para nosotros generar acciones que permitan satisfacer nuestras necesidades sin poner en riesgo que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas, por ello a través de nuestros programas institucionales de RSE y Sustentabilidad generamos acciones concretas que contribuyan a ello.

El principal objetivo de la filosofía empresarial (visión, misión y valores) es brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes, cumpliendo con los más

altos estándares de calidad bajo las premisas del cuidado y preservación del medio ambiente, la salud y seguridad de nuestros trabajadores y a su vez sumándonos al camino de la sustentabilidad. Por ello la empresa se encuentra certificada en ISO 9001-2008, ISO 14001-2008 y OHSAS 18001-2007 y a su vez contamos con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI) por tercer año consecutivo. Por otro lado nos encontramos adheridos a la iniciativa más grande.

A nivel mundial de responsabilidad corporativa, el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en la cual ya hemos dispuesto nuestro primer informe de Comunicación sobre el Progreso (CoP) en noviembre del 2016. Brindar un servicio de calidad es el compromiso principal de nuestra empresa, pues consideramos que satisfacer

las necesidades de nuestros clientes y partes interesadas, así como proporcionar un valor agregado es un paso más para el logro del progreso nacional. Las acciones que tomamos para lograr un servicio eficaz, eficiente y de calidad, son aquellas como el mantenimiento de los estándares más altos de trabajo, el reclutamiento del mejor talento, así como la implementación de nuestro Sistema de Gestión Integral que cuenta con documentos como el





“Procedimiento para el Tratamiento de Quejas y Medición de la Satisfacción del Cliente”, el cual nos permite establecer los lineamientos para el tratamiento de quejas, así como la metodología establecida para la medición y evaluación de la satisfacción de nuestros clientes y partes interesadas generando una comunicación eficaz que permita la resolución de las mismas y garantice el desempeño organizacional.

La agenda 2015-2030 de Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) tiene la finalidad de hacer frente a los desafíos sociales, ambientales y económicos a los que nos enfrentamos actualmente. Específicamente el objetivo 17, que lleva por nombre “Alianzas para el Logro de los Objetivos”, tiene la premisa principal de fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible, por tal motivo en Bcysa Servicios Industriales S.A. de V.C. tenemos muy presente que para el logro de la sustentabilidad debemos sumar esfuerzos de todos y cada uno de nosotros, por ello promover prácti-

cas en pro de la sociedad y el cuidado y preservación del medio ambiente en nuestros grupos de interés es uno de los objetivos principales de la responsabilidad Social empresarial en nuestra empresa, pues creemos que una conducta responsable nos beneficia a todos.

Esta promoción de prácticas responsables la llevamos a cabo a través de acciones como la formación, concientización y desarrollo de nuestros grupos de interés en temas de responsabilidad corporativa, en invitaciones a nuestros proveedores y clientes a sumarse a campañas y cadenas de valor en apoyo a los sectores más vulnerables de nuestro país. Nuestro objetivo es fomentar la integración y sumar los esfuerzos de nuestras partes interesadas por medio de nuestros programas institucionales de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad.



El principal objetivo de la Clínica Dermatológica Garzón es brindar la mejor salud cutánea, abarcando las áreas clínicas, quirúrgicas, estéticas, y exámenes de ayuda diagnóstica para niños, adolescentes y adultos. La calidad y profesionalismo los acredita como el principal Centro especializado de Ecuador y uno de los mejores de Latinoamérica, puesto que han sido acreedores a: Primer lugar a la Investigación Dermatológica Ecuatoriana 2001, Primer lugar en el Segundo Concurso a la investigación Dermatológica Ecuatoriana 2006, Premio a la Calidad y a la Excelencia BIZZ AWARD 2008 y 2010, Reconocimiento a la Excelencia Profesional por la Organización Internacional para la Investigación y Capacitación, Miembro del Colegio Ibero-Latinoamericano de Dermatología y Miembro de la Sociedad Ecuatoriana de Dermatología. El mayor proyecto que han realizado es ser los pioneros del trasplante capilar en el Ecuador, esto desde el año 1983, además de otro proyecto importante es la detección de enfermedades raras genéticas relacionadas a la piel.

La excelente gestión de los stakeholder y la reputación corporativa es sumamente importante para la Clínica Dermatológica Garzón ya que, la mayoría de nuestros clientes llegan a la clínica gracias a recomendaciones de pacientes anteriores, es por esa razón el objetivo es brindar calidad y profesionalismo a la hora de estar con nuestro público objetivo.

La responsabilidad social parte de una actitud consciente y responsable que asumen como empresa hacia el bienestar común, buscando beneficios y adaptando la toma de decisiones para satisfacer las metas personales de los colaboradores, hasta el punto de tener un conocimiento exhaustivo del entorno en el que opera la clínica.

La estrategia del conocimiento exhaustivo sin duda ayuda a que su reputación corporativa sea sólida, ya que, la capacitación constante y el trabajar uno de los mejores dermatólogos del Ecuador y uno de los mejores en Latinoamérica, ayuda a que nuestra reputación y recomendaciones de nuestros pacientes nos permita estar en el top of mind de nuestro público como una de las mejores clínicas de dermatología del Ecuador.



Cirugía Dermatológica

**Extirpación de tumores
benignos y malignos**

Lunares

Cáncer de piel

Cicatrices

**Corrección definitiva de
uñeros**

Transplante capilar





 <http://mirage.com.do/>

 amaciletti@mirage.com.do

 +1 809-567-2145

Mirage Group, es un grupo empresarial con más de dos décadas presentes en República Dominicana que se destaca en los sectores del desarrollo de proyectos turísticos hoteleros, construcción de proyectos residenciales y comerciales, construcción de embarcaciones con fines recreativos y de transporte marítimo y de producción de cine y editorial.

En Mirage Group, la búsqueda de la excelencia ha sido el norte desde el principio de la experiencia. El Grupo ha estado presente en la región por dos décadas y ha buscado nuevas oportunidades de mercado. En esta ocasión el equipo de investigación ha identificado un nicho de mercado interesante, no solo en la República Dominicana, sino también en el Caribe, las embarcaciones para uso recreativo y de transporte de los turistas. En el pequeño ejemplo de República Dominicana, la isla recibe alrededor de 8 millones de turistas y para los próximos años hay una meta de llegar a 10 millones más otros 10 millones de ciudadanos y siendo una isla se podría imaginar el potencial que representan las embarcaciones. No había en el mercado opciones que pudiesen ofrecer calidad y estándares internacionales y ahí la decisión de crear el grupo.

Empezaron el proyecto con un equipo europeo de ingenieros navales y de obreros especializados, todos con muchos años de experiencia y han entrenado un equipo local para que se integrara. El re-

sultado, con solamente 3 años de constitución actualmente tienen contratos de fabricación con los principales tour operadores que se encargan del transporte de turistas para excursiones en República Dominicana, las islas del Caribe y México, además trabajan en proyectos independientes de otros clientes.



El hecho de llevar a República Dominicana profesionales internacionales con múltiples años de experiencia, y tener en Italia un equipo de diseño ha sido sin duda el elemento distintivo en el



Construimos Embarcaciones a tu Medida

Diseño y tecnología vanguardista para el disfrute de sus clientes

Tel. 1-809-732-5922

Cel. 1-829-920-2443

WWW.elosmarine.com



Elos Marine

mercado que ha recibido de inmediatamente la apreciación de clientes internacionales y también la confianza interna. Han tenido el honor y el placer de trabajar también con el gobierno dominicano, más exactamente con la Autoridad Portuaria para dotarlos de un primer contingente de nuevas embarcaciones que son utilizadas para las patrullas de supervisión en los puertos. Además, a nivel de marca la presencia en los social networks y en la web nos ha ayudado a proyectarnos internacionalmente y poder recibir solicitudes de trabajos desde toda el área de América (USA, México, Islas del Caribe).

El lema inicial de la compañía ha sido "Embarcaciones a su medida". Esto los define como una empresa que da la posibilidad de realizar el proyecto personalizado y hacerlo realidad. Esto es algo sumamente interesante e impor-

tante tanto para los clientes comerciales como para lo recreativos, porque no están adquiriendo una embarcación de catálogo, sino que también están construyendo el proyecto del cliente que se va viendo realizándose paso a paso, claramente bajo la asesoría tanto por razones de seguridad como de factibilidad. Por esta razón han recibido una buena aceptación de la marca bajo este concepto empresarial.





TECNECO Filters



<http://www.tecneco.com.ar>



sebastian@tecneco.com.ar



4454-7000

Es una empresa Argentina de origen Italiano, productora de filtros desde el año 1997.

TECNECO ha adoptado el compromiso de satisfacer a sus clientes por medio

Los productos TECNECO están fabricados rigurosamente bajo las normas que indican las casas automotrices y cumplen con todos los requisitos que requiere el mercado europeo para la sustitución de piezas originales. La empresa tiene las certificaciones de calidad más importantes como la ISO 9001:2000 en todas sus líneas de producción (filtros de aire, aceite y combustible) ello garantiza un producto de alta calidad y confiabilidad.



La moderna tecnología, una administración adecuada y una estrategia comercial de

de trabajo con calidad que involucra a todo el personal de la empresa a partir de la capacitación constante buscando la mejora continua para alcanzar el mayor grado de competitividad en el mercado local e internacional.

avance incesante en diferentes mercados han posibilitado convertir a TECNECO como una de las fábricas, en su rubro, con mayor crecimiento en los últimos años y obteniendo cada vez mayor

Actualmente TECNECO cuenta con la tecnología más avanzada para la fabricación de filtros, es una fábrica moderna, de una importante producción diaria que permite holgadamente satisfacer la demanda de los diferentes mercados en donde comercializa. Ya sea en el local como en el exterior.





participación en el mercado de filtros, ya sea con marca propia o de terceros. La imagen y reconocimiento crece día a día, afianzan el compromiso con los clientes por medio de la visualización constante de nuestro trabajo en cuanto a calidad y servicio. La adquisición de una nueva estructura, les permitirá ampliar la planta productiva y crecer en capacidad y calidad de gestión. Es un gran paso importante y riesgoso, pero se atreven a los desafíos y están convencidos que es el camino correcto.

El constante contacto, conocimiento y trabajan mano a mano con cada stakeholders es fundamental. Conocer sus necesidades para poder satisfacerlas es la principal virtud de la organi-

zación. Como siempre han creído que el mayor recurso en nuestra empresa es el personal, al que consideran familia. Satisfacer sus necesidades es vital para lograr los objetivos estratégicos

Hace años han venido realizando visitas periódicas desde la gerencia a los principales distribuidores, de esta manera la fluidez de información ha mejorado muchísimo, permitiendo tomar decisiones rápidas y eficaces, muy necesarias en estos tiempos tan cambiantes.



Son más de quince años que Alpendre Eventos realiza el sueño de parejas y familias. Brinda atención al sector corporativo del interior del estado de São Paulo, Brasil, abarcando las empresas del Vale do Paraíba y alrededores, una región rica en eventos y celebraciones de mucha elegancia. Los profesionales de Alpendre saben cómo sorprender a los clientes para convertir sus sueños en realidad.



Con una estructura de 450 vacantes de estacionamiento, 50 000 m² de área total y 30 000 m² de jardín, cuenta con un pie derecho de 7 m² y diferentes opciones de layout para convertir los sueños deslumbrantes y únicos en realidad. Ubicado entre Rio y São Paulo, Alpendre Eventos agrega funcionalidades y servicios que son referencias en el estado de São Paulo, para que todos los eventos sean inolvidables. A menos de quince minutos de distancia del Centro de Taubaté, el acceso de Alpendre Eventos cuenta con una carretera totalmente pavimentada hasta la puerta del Alpendre Garden Hall, y una

deslumbrante vista capaz de sorprender a los invitados, quienes pueden ver a los anfitriones llegando por vía aérea, ya sea en globos aerostáticos o en helicópteros.

Actualmente, el grupo Alpendre Eventos es el responsable de dos espacios ubicados en medio de una naturaleza exuberante en el interior de São Paulo: Garden Hall y Villagio, con infraestructura necesaria para la realización de los inolvidables eventos.

El objetivo de Alpendre Eventos es proporcionar a los clientes y proveedores lo mejor en términos de calidad, infraestructura, atención a clientes y servicios. De esa manera, conquistan una imagen de referencia en la región. Cualquier empresa, para sobrevivir en el actual ambiente de negocios, en Brasil o en el mundo, debe tener una preocupación ética incorporada orgánicamente en la gestión empresarial con enfoque en Responsabilidad Social Corporativa, lo que significa que siempre estará actuando en pro de respetar las proposiciones de los accionistas, de preservar todo el espacio de vegetación que el área dispone para los orga-





nizadores de eventos corporativos y empresariales. El directorio ejecutivo de Alpendre Eventos cree que es imposible prosperar en la nueva economía de este siglo sin antes respetar los principios básicos del ser humano. La Ética con nuestras alianzas, por ejemplo, se basa en la transparencia, el respeto y el profesionalismo, que representan el camino para cualquier ne-

gocio. Lo mismo ocurre respecto a la Responsabilidad Social. La compañía respeta las leyes laborales, su competencia, congéneres y normativas vigentes, las mismas que forman parte de la filosofía de Alpendre, de caminar siempre hacia un futuro promisor.



Se comprende como «área contaminada» el área, terreno, local, instalación, edificación o iniciativas sociales que contengan cantidades o concentraciones de cualesquier sustancias o residuos perjudicadores de la salud humana, el medio ambiente u otro bien a ser protegido, donde en éste hayan sido depositados, acumulados, almacenados, enterrados o infiltrados de manera planificada, accidental o naturalmente. Ese es el panorama de actuación de SK Ambiental, velando por la excelencia y la calidad de los servicios de consultoría ambiental que actúa en el área desde 1981, con más de 500 empresas clientes en el estado de São Paulo.

En áreas contaminadas, los agentes contaminantes pueden concentrarse en la superficie de distintos compartimentos del ambiente, como, por ejemplo, en el suelo, en los sedimentos, en las rocas, en los materiales utilizados para aterrizar los terrenos, en aguas subterráneas o, en general, en las zonas no saturadas y saturadas, paredes, pisos y estructuras de construcciones. Según Sergio Massaru Kataoka, de SK Ambiental, los proyectos



desarrollados por la empresa están enfocados en la rehabilitación de áreas contaminadas, con el intuito de permitir la reutilización de dichas áreas para ocupaciones residenciales y comerciales, proporcionando el desarrollo urbanístico y



socioeconómico de áreas degradadas. Lo más interesante de SK Ambiental es cómo miden el índice de satisfacción de cada cliente, siempre enfocándose en la atención y en las necesidades de cada proyecto, procurando desarrollar los trabajos de manera integrada a las necesidades del cliente, siempre siguiendo las normativas y procedimientos técnicos vigentes. «Por lo tanto, la mayor satisfacción generada a los clientes internos y externos es la conclusión de los proyectos de manera integral y satisfactoria», destaca Sergio Massaru Kataoka.

Los contaminantes pueden ser transportados a partir de esos medios, propagándose por diferentes vías, como el aire, el suelo, las aguas subterráneas y superficiales, alterando sus características naturales de calidad y determinando impactos y/o riesgos sobre los bienes a ser protegidos, los cuales

están ubicados en la propia área o en sus alrededores. Las vías de contaminación de los contaminantes para los diferentes medios pueden ser la lixiviación del suelo para a agua subterránea, absorción y adsorción de los contaminantes en las raíces de plantas, hortalizas y legumbres, flujo superficial para el agua superficial, inhalación de vapores, contacto con el suelo e ingestión de este por seres humanos y animales. El equipo de SK Ambiental siempre crea un equipo competente y comprometido para cada trabajo realizado, en búsqueda de los resultados esperados por la misma empresa y también por los clientes. Según los directores, la ética siempre será el elemento principal para la construcción y mantenimiento de una empresa que procura destacarse en cualquier área de actuación, permitiendo el cumplimiento de su responsabilidad social y corporativa ante la sociedad.



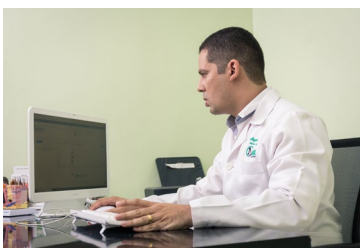
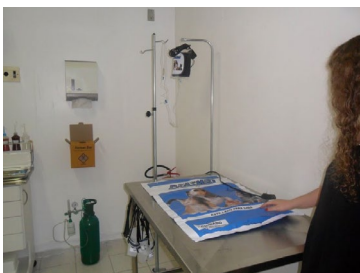
EXCELENCIA EN EL SERVICIO SE RESUME A CRIAR VETERINÁRIO

Criar Veterinário es una empresa con enfoque en el mercado de mascotas y pretende ampliar su presencia en Brasil con el servicio de excelencia en la medicina veterinaria. Con la relación cada vez más próxima y humanizada entre pets y tutores, estos profesionales están cada vez más enterados sobre los avances de la medicina veterinaria y buscan servicio especializado. Pensando en ello, Criar Veterinário invirtió en la especialización para ampliar la oferta de servicios en su clínica y volverse un referente en su región. Con diversas acciones de endomarketing, la empresa está trabajando para la realización del servicio al cliente, realizando una serie de acciones vinculadas con el Ministerio de la Salud de Brasil, como Septiembre Amarillo (en portugués, Setembro Amarelo), que es la campaña brasileña enfocada en la prevención al suicidio; la campaña Octubre Rosa (Outubro Rosa), acción de concienciación sobre el Cáncer de Mama; y el Noviembre Azul (Novembro Azul), Campaña de Concienciación & Prevención del Cáncer de Próstata. Una acción innovadora es el encuentro mensual con los clientes de Criar Veterinário, en el que se brindan informaciones relevantes sobre el cuidado de las mascotas.

El mantenimiento de los clientes se da principalmente por la relación interpersonal y el alto grado de empatía que tienen. De esa manera, fidelizan a los clientes y retienen talentos presentes en la organización. Para alcanzar este camino de consolidación de la clientela,

CRIAR VETERINÁRIO estableció una rutina en los primeros años de la clínica para garantizar la satisfacción de los clientes, lo que exigió mucha dedicación y enfoque veterinario. Antes de dar el paso de ampliar el servicio, se han realizado diversos análisis de inversiones. Hasta el momento de la consolidación, el objetivo fue siempre el enfoque en la humanización de la relación entre mascotas y tutores. La gestión es la base principal para la reputación de la empresa, es a través de ella que los valores de la empresa serán presentados y percibidos por todos que buscan la organización, ya sea para trabajar o en búsqueda de servicios.





Seu melhor amigo merece

- Clinica médica e Cirúrgica
- Ultrassonografia/Radiografia
- Fisioterapia/Acupuntura
- Laboratório Clínico
- Dermatologia
- Odontologia
- Cardiologia
- Eletrocardiografia
- Ultrassonografia
- Ortopedia
- Estética animal
- Interação





✉ <https://ikeassistencia.com.br/>

☎ (11) 2101 2800

CON EL LEMA «CONTIGO SIEMPRE QUE LO NECESITES», IKÊ ASSISTÊNCIA INNOVA EN EL MERCADO, CON SEDE EN BRASIL Y EN OTROS PAÍSES DE LATINOAMÉRICA, COMO COLOMBIA, ARGENTINA Y MÉXICO.

«Proceso de mejoría continúa de las actividades y de los procesos. El enfoque en el servicio y en la satisfacción del cliente, es la llave para volverse competitivo en los mercados actuales»

Ikê Assistência es uno de los ejemplos de cómo las empresas del siglo XXI pueden modificar y prestar nuevos servicios a sus clientes, estando presente en los más diversos momentos de su vida. En la gama de servicios, a Ikê Assistência ofrece Asistencia auto moto y camión, Recolocación Profesional, Asistencia a Víctimas de Crímenes, Red de Descuentos, Asistencias a Generaciones, y a diversos momentos de la vida para que esté siempre en seguridad y tranquilidad.

Ikê Assistência atiende empresas de diversos segmentos, como compañías aéreas que necesitan auxiliar pasajeros de vuelos con atraso o con equipajes extraviados; compañías eléctricas que ofrecen asistencia a las víctimas de mini apagones; minoristas con el producto de help desk, auxiliando a los usuarios a conocer mejor el funcionamiento de sus nuevos aparatos de telefonía o remolques para rescates de clientes en situaciones de emergencias en vías públicas para aseguradoras, entre otros.

La filosofía de Ikê Assistência tiene once fundamentos que son trabajados continuamente en la organización en la búsqueda de dichos objetivos: Pensamiento Sistémico, Aprendizaje Organizacional, Cultura de Innovación, Liderazgo y Constancia de Propósitos, Orientación por Procesos e Informaciones, Visión de Porvenir, Generación de Valor, Valorización de las Personas, Conocimiento sobre el Cliente y el Mercado, Desarrollo de Aparcerías y Responsabilidad Social.

El calificado equipo de IKÊ ASSISTENCIA trabaja diariamente para desarrollar e implantar paquetes asistenciales que proporcionan verdadero valor agregado a la marca de sus clientes y satisfagan las más diversas necesidades de su público objetivo y los usuarios de sus servicios. Estar con el cliente cuando él lo necesita, ya sea en momentos de urgencia o que generen comodidad en su día a día, es este el concepto y la filosofía de trabajo de Ikê Assistência, que desarrolla productos desde la necesidad de sus clientes (personas jurídicas), independiente de su sector de actuación. La misión de Ikê Assistência es facilitar aún más la vida de sus clientes, en una actuación B2B2C, ofreciendo servicios de excelencia agregados a sus valores y cultura. Uno de los ejemplos es la Asistencia 24 horas, un servicio que pide

rapidez y calidad. El cliente final tiene la seguridad de que tendrá los recursos necesarios en el momento y lugar que necesite. Dicho servicio es, muchas veces, la tangibilización y la diferenciación de los clientes frente a sus principales competencias, por ejemplo, en el segmento de seguros o de tarjetas de crédito para el consumidor, siendo una excelente herramienta de fidelización.

Esos fundamentos son los pilares de la gestión de la compañía, es decir, son conceptos que son esenciales para la obtención de la excelencia del desempeño. Ese posicionamiento exige actitud y compromiso del equipo de Ikê Assistência Brasil, que viene trabajando mediante acompañamientos online y offline de los servicios, midiendo la satisfacción de clientes y compañeros. Ellos crearan un proceso de mejora continua de las actividades y de los procesos. El enfoque en el servicio y en la satisfacción del cliente, es la clave para volverse

competitivo en los mercados actuales. Los resultados de todo el trabajo se pueden demostrar a través de los indicadores de calidad: se entrega un NPS del 76%, con un índice de satisfacción del cliente del 93%. Además, se puede destacar siempre el compromiso del equipo y la valorización de los colaboradores, pues ellos son uno de sus pilares estratégicos.

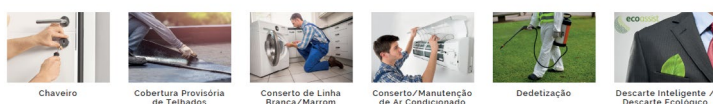
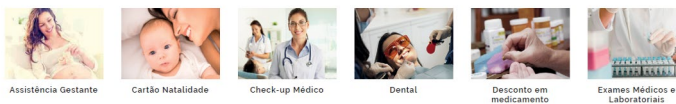
A Ikê Assistência es una empresa compuesta esencialmente por personas cuya misión es servir a los demás. «Nos enorgullecemos al formar profesionales para el mercado. Más que buscar colaboradores con conocimiento técnico necesario al cargo, Ikê Brasil busca colaboradores que tengan el deseo de aprender, desarrollarse en un ambiente de aprendizaje mutuo y con posibilidad de crecimiento de carrera.



Fique mais tranquilo ao deixar seu filho no ambiente escolar.



Em caso de emergência disponibilizamos profissionais especializados aos seus serviços.



Solucionamos problemas no seu dia a dia.



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



ike
Assistência®

La empresa busca profesionales que entiendan esencialmente la importancia de brindar el servicio y que sean motivados por la pasión de servir. El resultado de dicha cultura se puede demostrar a través de los números de turn over, que representan un 4%, y uno de los más bajos del mercado. Producir el mejor producto y/o ofrecer el mejor servicio con la finalidad de atender al consumidor que cada día exige más calidad, confiabilidad y precio.

En su gestión, enfocan la calidad, buscando atender a los clientes más exigentes que se interesan por la calidad y aprecian tener el mejor servicio con costos competitivos.

El destaque es el trabajo que estamos realizando con los indicadores integrados a la herramienta del BSC - Balance Score Card, con miras a la gestión del conocimiento, innovación y competitividad.

El proceso de cotización, el desarrollo de nuevos productos y la personalización de las operaciones acorde a la necesidad de cada cliente son atributos importantes dentro de la empresa. El plan de negocios de Ikê Assistência se ha plasmado procurando un crecimiento sólido, gradual y sostenible, y sólo podrá ser realizado con la participación de todos del equipo, aliñados en un mismo objetivo. Pues, para el usuario del servicio, tras la llamada telefónica, el sentimiento que tiene es: «desde este momento, alguien está cuidando mis problemas».

Ikê Assistência tiene una serie de servicios para que la vida de los clientes sea más tranquila, pues la organización se preocupa con todas las partes: la comu-

nidad en que actúa y el medio ambiente. Realizan acciones constantes volcadas a la concienciación y colaboración. Buscando ejercer una influencia positiva para crear un futuro saludable y próspero para todos y para ello, promueven cultura, deporte, educación y gestión ambiental, tratando de que, en todas sus acciones, se genere valor económico y social para la comunidad y que a la vez los lleve a crecer y ser sostenibles.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Por medio de la Fundación Ikê (México), el instituto se compromete a establecer programas enfocados en la contribución activa y voluntaria para la mejoría social, con el objetivo de agregar valor a las actividades diarias.

La meta inicial es ir más allá de las leyes y reglamentos, asumiendo su respeto y cumplimiento estricto, y la búsqueda por conciliar la eficiencia de los negocios con los principios sociales de la democracia, autoayuda, apoyo de la comunidad y la justicia distributiva.

En Brasil, la empresa aporta a algunas organizaciones y, desde el año 2012, adhiere a los vasos reutilizables para cada colaborador, como forma de mitigar el uso excesivo de plástico en el medio ambiente.



Fundado el 20 de abril de 2010, en la ciudad de Sobral, en el estado de Ceará, Brasil, el despacho RONEELY FEITOSA ADVOGADOS ASSOCIADOS estaba compuesto de solamente cinco personas: el abogado socio fundador y cuatro colaboradores. Luego, la actividad diferenciada fue siendo reconocida, y hubo un crecimiento vertiginoso ante el mercado regional, expandiendo las actividades de la oficina a los Municipios de Camocim y Jijoca de Jericoacoara.



Actualmente, el despacho cuenta con más de 32 colaboradores directos e indirectos, ya sean abogados, administradores de empresas, psicólogos, médicos y peritos criminales asistentes, practicantes y asesores jurídicos. Con sede en el Municipio de Sobral, y filiales en Camocim, Jijoca de Jericoacoara y Tianguá, todos localizados en el Estado de Ceará, la empresa tiene una filial también en Parnaíba, estado de Piauí, y una red de correspondientes en Fortaleza (Ceará), São Luis (Maranhão), Teresina (Piauí), Recife (Pernambuco) y Brasília (Distrito Fe-

deral). Ante el crecimiento del equipo y de la contratación de abogados especialistas en diversos rubros del Derecho, han compuesto la marca RONEELY FEITOSA ADVOGADOS ASSOCIADOS.

“Creemos que la imagen transmitida por nuestra oficina es de servicio diferenciado, calificado, pues siempre buscamos los mejores métodos para solucionar los conflictos de nuestros clientes”, destaca XXXX.

Actualmente, la empresa está trabajando en un proyecto, negociación y administración de una iniciativa evaluada en casi 60 millones de reales. “Buscamos de manera exhaustiva informar a nuestros clientes de todas las posibilidades de solución procesal, así como de todas las actualizaciones procesales referentes a su demanda, presentando planes y estrategias menos gravosas a nuestro cliente”, afirma.

Para la RONEELY FEITOSA ADVOGADOS ASSOCIADOS, no basta ser un buen profesional con alta capacidad técnica. Si la empresa no posee una gestión sólida que sea capaz de organizar su flujo de procesos internos la misma jamás engañará éxito, nuestra empresa busca obstinadamente la mejoría de la gestión procesal, para que pueda haber gestión del mayor número de procesos sin perder la calidad de estos. La mayor estrategia de la compañía es buscar la excelencia en la prestación del servicio, todavía utilizando algunos

mecanismos para buscar la satisfacción de los clientes, como realizar eventos periódicos de carácter intelectual, cursos, posgrados para sus colaboradores, entre otros. En lo que tañe a los clientes, RONEELY FEITOSA ADVOGADOS ASSOCIADOS realiza eventos periódicos con expositores de gran reputación, como jueces, auditores y con abogados de la misma oficina para debatir temas actuales, procurando presentar mejoras a nuestros clientes.

La estrategia de la empresa da una reputación más sólida por el hecho de que el despacho asume una función pasiva, es decir, espera el surgimiento de los problemas para luego solucionarlos y pasar a una función activa, anticipando posibles problemas.



LabChemS Corp. es uno de los principales proveedores de Servicios de Laboratorio, Consultoría, Ingeniería y Validaciones en Puerto Rico. Al conmemorar sus 10 años de fundación, LabChemS ha crecido a un ritmo acelerado convirtiéndose en socio estratégico de negocios de empresas multinacionales de la industria farmacéutica y de dispositivos médicos.

Bajo el liderato de su presidente y fundador, Efraín Rivera, LabChemS ha logrado triplicar su cartera de clientes y continúa su rápido crecimiento en Puerto Rico y el exterior. Los altos estándares de calidad, la atención a cada detalle y el nivel de compromiso del personal han sido la fórmula ganadora para obtener grandes resultados en la empresa.

Además de la solidez en las áreas de Servicios de Laboratorio, Consultoría, Ingeniería y Validaciones, LabChemS provee servicios completos las 24 horas del día, los 7 días de la semana en sus amplios y modernos laboratorios de microbiología y química analítica ubicados en el Parque Industrial Guanajibo, en la ciudad de Mayagüez, en el oeste de Puerto Rico.

LabChemS Corp. fue creada siguiendo los más altos estándares de calidad a nivel mundial y las mejores prácticas ambientales para alcanzar un desarrollo sostenible. Como parte de sus gestiones para preservar el ambiente, la empresa busca reducir el consumo energético y de agua.

Monitorea sus procesos e instalaciones para implantar las mejores técnicas disponibles y revisa periódicamente los consumos de energía y agua para identificar áreas de oportunidad.

Como iniciativa de ahorro energético, los acondicionadores de aire de sus instalaciones operan mediante un timer o tiempo automático. Asimismo, la empresa maneja los materiales y residuos peligrosos a través de un proveedor autorizado.

Actualmente LabChemS está migrando toda la documentación de su laboratorio hacia un expediente electrónico lo cual disminuirá el uso de papel. Además, cuenta con un programa de reciclaje de plástico y cartón.



El entorno rápido y competitivo en el que se desenvuelven las empresas farmacéuticas, de dispositivos médicos y compañías reguladas exige talentos capacitados, líderes de alto nivel y experiencia para lograr la satisfacción del cliente. LabChemS cuenta con un extraordinario equipo de trabajo especializado que incluye más de 40 consultores quienes ofrecen elevados estándares de calidad y respuesta rápida para cumplir su promesa de proveer a sus clientes soluciones que ofrecen resultados. Además, cuenta con un equipo de 15 técnicos de Laboratorio y Muestreo conocidos como LEADERS, quienes exhiben los valores distintivos de la empresa (Leadership, Eagerness, Assurance, Determination, Ethics, Respect, Service for excellence). Estos LEADERS tienen una sólida preparación educativa y están certificados como Ingeniero Profesional, Seis Sigma, ASQ Auditor de Calidad Certificado, Auditor de ISO 9001, Químico Licenciado, entre otros. A su vez todo el capital humano de la empresa participa de adiestramientos y capacitación continua.



Como parte de su programa de Responsabilidad Social Empresarial, LabChemS mantiene un programa de comunicación interno y externo que fomenta el bienestar de sus empleados y comunitario. Promueve el empoderamiento de la mujer en el lugar del trabajo mediante la celebración del Día de la Mujer, aporta a campañas contra el cáncer y su detección temprana, provee asistencia y donativos a equipos deportivos y contribuye con entidades sin fines de lucro que ayudan a sectores en desventaja social de la comunidad.





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

¡SÍGUENOS EN
NUESTRAS REDES
SOCIALES!

WWW.LAQI.ORG



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

