

QUALITY

MAGAZINE

JULIO 2019

**LA TOMA DE DECISIONES, PROCESOS Y
HERRAMIENTAS DE GOBIERNO CORPORATIVO**



**LIC. JOSÉ ANTONIO RÍOS
CEO DE GREENBRAND CONSULTING GROUP**

+12

PERFILES EMPRESARIALES

04



PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

06



**LA TOMA DE DECISIONES, PROCESOS Y HERRAMIENTAS
DE GOBIERNO CORPORATIVO**

08



GOBIERNO CORPORATIVO, PRIORIDAD NACIONAL
LIC. FERNANDO TODD

10



**ÉTICA Y TRANSPARENCIA EL LAS ORGANIZACIONES NUEVO MODELO DE
NEGOCIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ODS**
LIC. SANDRA DELGADO RODRÍGUEZ

14



GOBIERNO CORPORATIVO, EL DESAFÍO POR COMPRENDER Y ENFRENTAR
LIC. JAIME ESPAÑA

17



**LA TOMA DE DECISIONES PROCESOS Y HERRAMIENTAS DE
GOBIERNO CORPORATIVO**
LIC. ANISLEYDI TÉLLEZ PÉREZ

20



**EL GOBIERNO CORPORATIVO: UN INSTRUMENTO EFECTIVO PARA TRANSMITIR
CONFIANZA A LOS INVERSORES**
LIC. SEBASTIÁN CÁCERES - LAQI

26



NOTA CENTRAL

28



**LA TOMA DE DECISIONES PROCESOS Y HERRAMIENTAS DE
GOBIERNO CORPORATIVO**
LIC. JOSÉ ANTONIO RÍOS R.

34



REPORTAJES

36



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA
EN UPSIN ENCUENTRAS UNA EDUCACIÓN CON CALIDAD

DRIAL

40 ◀

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PEDRO A. DEL AGUILA HIDALGO
COMPROMETIDO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

42 ◀

DANDRES S.A
UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS DE LIMPIEZA EN PARAGUAY

44 ◀

VMO CONCRETOS
UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HORMIGÓN.

46 ◀

SMELL OF FRAGRANCE
UNA EMPRESA CON AROMA DE ÉXITO

50 ◀

SIMEI COELHO
UNA SOCIEDAD DE ABOGADOS CON PRESTIGIO

52 ◀

NOVA CASA IMOBILIÁRIA
UNA EMPRESA DESTACADA EN EL RUBRO INMOBILIARIO

54 ◀

MARÍA NAZARETH DORIA
UNA IMPORTANTE ESCRITORA INDÍGENA

56 ◀

GRUPO COSMIC
UNA AGENCIA CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

58 ◀

FAVINHO DE MEL
ACOMPañAR EL CRECIMIENTO DE LOS NIÑOS ES EL PRINCIPAL OBJETIVO

62 ◀

INSTITUTO PARA EL DESARROLLO (IPDH)
EN BÚSQUEDA DE LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN DE PACIENTES CON VIH

66 ◀

AMAZÔNIA SEGUROS
RECONOCIDA ENTIDAD EN EL ESTADO DE MATO GROSSO

PALABRAS DEL PRESIDENTE



VER AQUI



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. SEBASTIÁN CÁCERES

sebastian@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI

thiago@laqi.org

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!





Elos Marine

EMBARCACIONES A TU MEDIDA



DISEÑO, CONSTRUCCION Y REPARACION

El astillero más grande y moderno del Caribe

DISEÑAMOS Y CONSTRUIMOS

- CATAMARANES.
- SPEED BOATS.
- LANCHAS.
- BOTES DE PESCADORES.

Tel.1-809-732-5922
logistic@elosmarine.com
WWW.elosmarine.com
  Elos Marine



LA TOMA DE DECISIONES HERRAMIENTAS DE GOBIERNO





IONES, PROCESOS Y BIERNO CORPORATIVO



LIC. FERNANDO TODD

Socio Fundador de Heralde, SC www.heralde.mx

Dirige el Centro Mexicano de la Familia

Empresaria, AC www.cmfe.org.mx

Twitter @fdotodd

todd@heralde.mx



GOBIERNO CORPORATIVO, PRIORIDAD NACIONAL

¿Es el título de esta columna, una más de mis exageraciones? Cuando atravesamos una época histórica en el país, en medio de una tensa relación con nuestro vecino y mayor socio comercial, cuando nos escuece la disyuntiva de un nuevo régimen y cuando hay tantas cosas aún por resolver, pareciera que sí, que es una exageración.

Sin embargo, la aseveración no es mía, sino del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), quien el año pasado actualizó el Código de Principios y Mejores Prácticas Corporativas ("el Código"), mismo documento que establece las bases mediante las cuales debe de operar un sistema que permita eficientar las relaciones entre los accionistas, el Consejo de Administración y la dirección de la empresa. Y el CCE es claro acerca de la importancia del tema desde el primer párrafo, de la primera página, del capítulo primero del Código, que cito: "Las sociedades (de carácter civil, mercantil y asistencial) tienen un papel central en la promoción del desarrollo económico...la eficiencia y permanencia de la sociedad son de interés público, y por lo tanto, el Gobierno Corporativo es una de las prioridades en la agencia nacional.

En esta actualización del Código se incluyen los Principios de Conducción Honesta y Responsable de la Sociedad, y se contemplan como mejores prácticas la prevención y solución de controversias entre accionistas y/o consejeros, se recomienda una mayor inclusión de las mujeres a los Consejos de Administración y la elaboración de un "Acuerdo Familiar" para su representación en los Órganos de Gobierno.

¿Por qué es importante tener acuerdos familiares? Porque estos nos ayudarán a definir las bases, normas y reglamentos que van a regular todas las relaciones de la familia con la empresa. No todas las empresas familiares necesitan un protocolo de este tipo, sin embargo, es muy recomendable. Es una práctica que es necesaria no solo para las empresas familiares que cotizan en bolsa, sino que es el primer paso para entablar un modelo de gestión basado en el Gobierno Corporativo, porque es parte inicial de su proceso de Institucionalización. Pero es muy conveniente que aquellas empresas que mantengan o quieran mantener relaciones comerciales con este tipo de compañías trabajen en sus acuerdos. Y por supuesto, es indispensable para quienes buscan la permanencia de su empresa y quieren que sea gestionada por sus sucesores de manera clara y ordenada.

¿Qué es el Gobierno Corporativo? El Código lo define como “El sistema bajo el cual las sociedades son dirigidas y controladas”. Las empresas se gestionan a través el Órgano de Administración (Consejo de Administración o Administrador Único según la LGSM), la Asamblea de Accionistas (o socios, en su caso) y el Órgano de Vigilancia. La integración y funcionamiento de los mismos y su relación de enlace con los Socios o Accionistas, el Consejo y los directores es lo que conocemos como Gobierno Corporativo.

En la economía actual el Gobierno Corporativo es considerado un factor tan importante para dar valor a una empresa como un desempeño financiero eficiente, tan es así que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) y el Banco Mundial han venido resaltando la importancia del Gobierno Corporativo como uno de los factores que le permiten a la empresa mantener un crecimiento sostenido.

Un buen Gobierno Corporativo podrá prever y controlar situaciones de hecho que se presentan en la vida cotidiana de los accionistas/familiares, además de preparar a la empresa para sobrevivir el cambio generacional en la dirección de la misma, a establecer reglas de entrada a Accionistas o Socios a las empresas del Grupo familiar, así como las directrices a seguir en caso de sucesiones o en materia de ingresos de socios, accionistas o empleados a las empresas por cuestiones de parentesco de cualquier tipo, previendo así potenciales problemas no solo empresariales, sino en la familia.

Sin embargo, el concepto de Gobierno Corporativo puede sonar dentro del pequeño y mediano empresario como algo ajeno y distante, ya que su aplicación y funcionamiento es relacionado como un proceso administrativo y burocrático más que como una herramienta en la Dirección de la empresa.

Esto incrementa el valor y rentabilidad para el accionista, y sin olvidar la satisfactoria relación de la empresa con terceros, además de facilitar el acceso de las empresas a un mayor financiamiento e incluso para cotizar en bolsa.

Coincido con el Consejo Coordinador Empresarial. Establecer un Gobierno Corporativo es un tema de prioridad nacional. No estoy exagerando.



LIC. SANDRA DELGADO RODRÍGUEZ

Abogada - MBA

Panama City, Republic of Panama

Telefax : (+507) 399-4755

Mobile: (+507) 6818-5730

E-mail: sandra.delgado@flexcompliance.com



ÉTICA Y TRANSPARENCIA DE LAS ORGANIZACIONES NUEVO MODELO DE NEGOCIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ODS

Mucho se habla sobre la corrupción corporativa, pero en voz baja y se critica la corrupción pública a grito herido, sin entender que la una y la otra están estrechamente relacionadas por los individuos que la cometen, que por lo general son los directivos.

Se sabe que el Gobierno Corporativo es el conjunto de principios y normas que rige a los órganos internos institucionales, entre ellos a la Alta Gerencia y es allí donde se debe atacar la corrupción, puesto que, si esos principios corporativos no tienen un límite para alcanzar las metas y objetivos proyectados para la gestión de la organización, terminará por poner a las compañías en peligro de extinción. No importa cuánto tiempo pase llevando a cabo las malas prácticas, en algún momento entre tanta corrupción todo terminará mal.

Las políticas que emanan del cuerpo directivo, deben avanzar hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales sobre unas bases de ética y transparencia aplicadas a los procesos, promoviendo al interior de las instituciones públicas y privadas un marco de garantías, que fomenten las buenas prácticas y otorguen un mayor valor a la hora de fijar los beneficios para los empleados.

Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS es el Trabajo Decente y Crecimiento Económico, que se podrá lograr si aplicamos en nuestras organizaciones una serie de medidas infalibles para evitar la corrupción y apostar por la transparencia. Por ejemplo, si a quien maneja la tesorería de la empresa, se le prohíbe recibir regalos de cualquier compañero, proveedor o directivo mientras ejerza sus funciones, evitando con esto que sea persuadido para cometer algún fraude o favorecer a alguna persona por encima de otra.

Otra medida que se puede tomar, es tener un modelo de auditoría interna que fije procesos y procedimientos para cualquier tema institucional, dejando por fuera cualquier capricho o decisión subjetiva de la alta gerencia, temas estos que pueden ser revisados en las normas ISO 37001.

Sin importar quienes son los dueños de las compañías o quienes son nombrados en las instituciones en cargos que detentan poder, debemos aprender a hacer nuestro trabajo con dignidad, de manera que hacer lo correcto se vuelva el estilo de vida de las personas, ya que desafortunadamente en el mundo en que hoy vivimos, la regla es el "TODO VALE SI ESO ME BENEFICIA", sin pensar que muchas veces la más afectada resulta ser la familia, cuando el desprestigio y el desprecio de los actos corruptos llevan a estos poderosos a cero. Necesitamos en el mundo líderes que nos demuestren como con ética y transparencia podemos alcanzar el éxito, que se revelen a las prácticas corruptas que les hacen tomar decisiones para lograr su crecimiento empresarial sin importar los medios y promoviendo entre sus empleados una cultura de ambición desmedida y malsana.


En mi experiencia profesional como abogada, he tenido que escuchar a corruptos decirme que así los descubran nada va a pasarles, porque hasta quien los juzga ha recibido parte y la memoria del colectivo, en la mayoría de los casos se reafirma el postulado de que nunca pasa nada. La toma de decisiones bajo una expectativa inmoral, solo desmejora la calidad de vida de las personas en la sociedad y empeora las condiciones laborales de quienes participan en las organizaciones tachadas de corruptas al perder sus empleos, sino que castiga a toda la sociedad por igual.

Creo que no existe en el mundo ninguna empresa que no tenga dentro de su plan de negocios valores planteados en el papel, es más, si estudiamos un poco a compañías como Enron y Odebrech, podemos notar que dentro de su estructura y políticas internas manejaban sendos párrafos dedicados a la ética, la integridad y la transparencia, situación que no cambió la ambición de sus directivos, porque para ellos lo importante era parecer y no ser. Por otro lado, 87 países firmaron el Tratado de Anticorrupción de la ONU en 2003 entre ellos Dinamarca, que según Transparencia Internacional es el país que por años ocupó el primer lugar por ser el menos corrupto, sin embargo, el año pasado por el escándalo de lavado de dinero del Danske Bank, este país bajó al segundo lugar, demostrando así que este flagelo de la corrupción no distingue condición alguna ni respeta tradición y si nos fijamos en nuestros países, diría que no discrimina a ningún sector y cada vez se arraiga más en nuestras empresas.

De manera que no basta con plantear alternativas incumplibles sino ejecutables, promoviendo en nuestras empresas los valores de la ética y la moral pública con el ejemplo, tomando decisiones de la manera más correcta y transparente sin importar si esto afecta al menos un poco nuestros deseos particulares, sino preservando la autoridad de manera íntegra. No será fácil en sociedades como la nuestra, dejar de llevar el dulce al funcionario que te trata bien y te privilegia haciéndote saltar la fila, o dejar de pagarle al político que te consiguió el puesto de ejecutivo, pero cuando todos dejemos de hacerlo en la misma medida y proporción, se acabará el miedo de perder nuestros favoritismos y privilegios porque todos estaremos en igualdad de condiciones y el corrupto no podrá comprar conciencias.

Alcanzar unos niveles de desempeño aceptables en buen Gobierno Corporativo, traerá una mejor sociedad y un mejor desarrollo empresarial, que, aunque todos se pregunten como se hace y exista la duda de si se logrará algún día, es hora de tomar conciencia colectiva del daño que se ha hecho al dejarse tentar por el dinero fácil y lo que viene para las futuras generaciones, enfocando el desarrollo en bases podridas y sin ninguna esperanza, perdiendo el norte de la verdadera libertad.

Establecer unos objetivos empresariales lógicos y alcanzables, tomando decisiones respetando a la oposición por medio del juego limpio y el respeto a la sana competencia, apoyando las prioridades de todos los empleados por igual, participando de las ganancias e invirtiendo en bienestar interno y responsabilidad social, dando las mismas oportunidades al promover la meritocracia premiando las competencias profesionales, son mecanismos que deberían irse integrando desde ya mismo en los planes de negocios de empresas nuevas y existentes, ya que la mejor riqueza que podemos obtener al final de nuestra gestión, es la tranquilidad y satisfacción que se genera cuando como empresarios y directores, sabemos que lo hecho fue con una conciencia colectiva por encima de cualquier beneficio particular.



A NOVO IDEAL É A SUA CHANCE DE QUITAR SUAS DÍVIDAS

SOBRE NÓS

A Novo Ideal Consultoria é uma empresa especializada em análise e revisão de contrato de financiamentos.

Atuamos com financiamentos de veículos, empréstimo pessoal, cartão de crédito, entre outras, tanto pessoa física como dívidas empresariais, à nível nacional.



**REVISÃO DE
JUROS ABUSIVOS**



**BUSCA E APREENSÃO
DE VEÍCULOS**



**DÍVIDA DE
EMPRÉSTIMO**

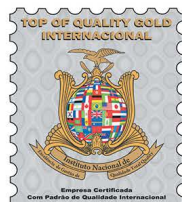


**DÍVIDA DE CARTÃO
DE CRÉDITO**


Latin American
Quality Awards 2018



Gran Awards de Excelência
de Qualidade 2018



novoidealconsultoria.com.br
contato@novoidealconsultoria.com.br

(11) 2091-7225 | (11) 2227-0791
(11) 96258-0123 



LIC. JAIME ESPAÑA

Consultor Internacional En Inteligencias Estratégicas,
Tácticas, Éticas y Relacionales

WhatsApp: (+57) 310 213 97 41

E-mail: jaime@vigorempresarial.com

#CulturaHumanistaDeResultados



GOBIERNO CORPORATIVO, EL DESAFÍO POR COMPRENDER Y ENFRENTAR

El título de este artículo es quizá el más apropiado para el tema que abordaré porque es necesario primero **comprender** qué es **Gobierno** para luego **enfrentar** la construcción de un verdadero Gobierno, así que ocupémonos del asunto.

Gobierno, es el pilar de una organización y la máxima autoridad ante sus intereses vitales, creando para ello pautas y políticas inalterables por la **Gerencia** o por los colaboradores, y al **arte de gobernar** creando sanas interacciones y acuerdos que se puedan cumplir entre gobernantes y gobernados le llamo **Gobernanza**, la cual cobra vida mediante procesos de **Educación** para la construcción de una sana **Cultura Organizacional**.

Te invito a leer una vez más el párrafo anterior, porque allí residen en mi experiencia los problemas y también las soluciones al origen de las fallas de las empresas que me contratan en los diferentes países que visito.

Observa cuidadosamente los enunciados que presento a continuación:

- La **Gerencia** no es el **Gobierno** de la empresa.
- La **Gerencia** es la **Administración** de la empresa.

Diferencia entre Gobierno y Gerencia

- El **Gobierno**: Dirige, Decide y Controla.
- La **Gerencia**: Propone y Ejecuta.

La Cultura, las Políticas, el Gobierno y la Gerencia

- El **Gobierno** crea **Políticas** dignificantes.
- La **Gerencia** se alinea, las comprende y las comunica.
- Sin **Políticas** es complicado controlar el presente y el futuro de la organización.
- Sin **Educación** es imposible crear la **Cultura** ideal para cumplir las **Políticas**.
- No es saludable "empapelar" a una empresa con **Políticas**.
- Una empresa se fortalece cuando cada colaborador es capaz de narrar con sus palabras, como es que su trabajo contribuye al cumplimiento de las **Políticas** y de la **Meta Organizacional**.

- Ni el **Gobierno**, ni la **Gerencia** debiesen imponer las **Políticas**.
- El **Gobierno** entiende que la **Cultura** organizacional no se forma con políticas sino con **Educación**.

- **Gobierno** y **Gerencia** patrocinan la **Educación** para la **Cultura** deseada.

- **Gobierno** y **Gerencia** comprenden que el simple hecho de tener Políticas; Visión, Misión, Objetivos, Metas, Valores, Manuales, Reglamentos, Sistemas de Gestión, no asegura el éxito de una empresa y por ello emprende un programa de Educación Cultural.

- La **Gerencia** diseña un proceso **Educativo-Cultural**, coordina a las personas y administra los recursos que le ha confiado el Gobierno.

- El **Gobierno** establece que **Políticas** son inamovibles y cuáles pueden ser ajustadas en el tiempo y ante el cambio en su contexto.

- El **Gobierno** revisa periódicamente las **Políticas** para adecuarlas a los cambios internos y externos.

- **Gobierno** y **Gerencia** deben ser plenamente conscientes que únicamente cuando ellos incorporen las **Políticas** a su comportamiento podrá decirse que el **proceso Educativo** se inicia es lo que comúnmente se denomina "Predicar con el ejemplo".

Quizá ahora decidas emprender un viaje de transformación en asuntos de **Gobierno**, aceptando que haberte equivocado es casi una condición para mantener el actual ritmo del cambio y que lo fundamental es seguir avanzando sin perder el ánimo. En otras palabras, tu resiliencia también servirá de ejemplo para que tu equipo de trabajo se adapte constructivamente y para que el protagonista del momento sea la disciplina con flexibilidad y por supuesto con humanidad.

Finalizo este documento expresándote que al formar **Gobierno** y entrenar **Gerencias** en el marco de la **Filosofía Empresarial Humanista de Resultados**, lo que en verdad deseo obtener es una organización respetuosa del ser humano, del equilibrio de sus vidas y del desarrollo económico con responsabilidad social.

Para mí será un gusto apoyarte a dar forma al **Gobierno** y a la **Gerencia** que tu organización hoy necesita.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

y

Jaime España
Procesos Consultivo - Educativos

Presentan

Gerentes 3.0

“Desafiando un nuevo mundo”

INICIAMOS 9 DE SEPTIEMBRE

US\$ 410 (DÓLARES)

¡INSCRIBIÉNDOTE YA!

CONOCERÁS:

- ✓ **Casos de gerentes y empresas.**
- ✓ **La ruta para emprender, producir e innovar.**
- ✓ **Herramientas para liderar con efectividad.**
- ✓ **Competencias útiles en los escenarios actuales.**

Iniciamos



Sept

METODOLOGÍA

online, interactiva y personalizada

**Informes e inscripciones
WhatsApp**

(+57) 310 213 97 41

jaime@vigorempresarial.com



LIC. ANISLEYDI TÉLLEZ PÉREZ, Mgs
Directora de Carreras Empresariales
Email: atellez@tes.edu.ec



LA TOMA DE DECISIONES ORIENTADA AL LOGRO DEL ÉXITO EMPRESARIAL

En Ecuador la reestructuración del modelo económico ha devenido necesidad de plantearse nuevos enfoques que desde una perspectiva humanista permitan a las empresas agregar valor a lo largo del tiempo, siendo esto lo que en última instancia hará posible el desarrollo económico sostenido.

Esta es una época de reconcepciones en el Gobierno Corporativo que debe tomar como eje la eficiencia, eficacia y efectividad para guiar la toma de decisiones cotidiana, a partir de que en la medida en que cada actividad maximice sus resultados mediante la utilización óptima de los recursos disponibles, mayor será también el nivel de certeza en el cumplimiento de los objetivos trazados por la organización.

En tal sentido es conveniente enfocar la gestión hacia la potenciación de dos principales tipos de aspectos de carácter intangible, la atención permanente a los recursos humanos y la reputación empresarial, como elementos clave de la organización y determinante del aprovechamiento eficaz de los restantes recursos disponibles por la empresa.

Este propósito puede concretarse a partir de la implementación de herramientas gestión, donde el uso de las normas de competencia laboral, permitan adaptarlas a su contexto, a su gente y a sus objetivos estratégicos.

Estas herramientas deben permitir:

- Retener a los mejores trabajadores
- Fortalecer la capacidad competitiva de la empresa soportada en su talento humano.
- Prever y anticiparse a las necesidades en materia de aprendizaje del personal.
- Promover procesos de evaluación y certificación de las competencias laborales de sus trabajadores, donde se reconoce que más que el cartón, lo importante que es tener el conocimiento.
- Motivar el crecimiento personal y profesional.

Un segundo foco de atención en la gestión es la necesidad de construir una favorable reputación empresarial, la cual puede materializarse mediante un esfuerzo comercial eficaz. Por otro lado, un aspecto claramente determinante del resultado económico es el grado de ocupación de la capacidad instalada para la prestación de servicios, y de la capacidad de venta, dada su influencia en la rentabilidad financiera y la económica. Esta cuestión adquiere mayor relevancia a la vista de las decisiones de ampliación de la gama de productos y servicios a comercializar, y el alcance de nuevos sectores de mercado.

Con un horizonte de medio y largo plazo, el grado de aprovisionamiento de mercancías constituye otro factor de gestión relevante, especialmente vinculado a la consecución de la adecuada toma de decisiones, y así obtener mayor rentabilidad económica. En este sentido se hace necesario diversificar los proveedores y disminuir la dependencia de las importaciones.

Una última sugerencia sobre el modo de llevar a cabo todo este proceso de desarrollo, es la conveniencia de realizarlo a través de algún mecanismo de cooperación empresarial que signifique un cierto grado de colaboración, cuando no una integración efectiva, entre las estructuras de gestión de diferentes áreas, que pudieran coincidir en un proyecto compartido de crecimiento.

Lo cual puede decodificarse en el ámbito del Gobierno Corporativo en una mayor colaboración hacia adentro de la empresa, entre las áreas y con otras instituciones del territorio. La efectividad de dicho proyecto transita por la necesidad de direccionar la toma de decisiones en sentido general a partir de las siguientes acciones:

- Dirigir la estrategia en función del crecimiento sostenido de la organización.
- Centrar la gestión comercial en los artículos de ferretería, que constituyen el centro del negocio y abandonar las actividades de prestación de servicios con poco margen comercial, y demanda de gran gasto de materiales.
- Agilizar y controlar la Gestión de la Innovación.
- Diversificación de la cartera de clientes, y búsqueda de nuevos proveedores.
- Integrar las áreas de Mercadeo y Ventas.
- Análisis Financieros profundos, que busquen las causas de los problemas y no el mero análisis de la situación a posteriori.
- Aprovechar las potencialidades del territorio, y mirar mercados externos.
- Buscar alternativas de dirección para evitar que la situación de subordinación de la entidad continúe retardando la toma de decisiones.

- Utilizar las TICs y aprovechar las oportunidades de alianzas estratégicas.

Para entender el éxito de la empresa se necesita una herramienta que permita cuantificar las relaciones de los factores internos que determinan los niveles de ingreso y costos del producto con los resultados alcanzados.

La empresa no puede considerarse como un ente aislado sino inmerso en un entorno concreto, y la evaluación de sus recursos debe realizarse dentro de un determinado contexto espacial y temporal.

CONCLUSIONES

1. A pesar de las limitaciones existentes en cuanto a fuentes de información precisas sobre el tema, fue posible fundamentar y sistematizar aspectos teóricos conceptuales que sirven de base al presente trabajo, y a otros con propósitos similares.
2. Se pudo comprobar que el éxito empresarial está determinado por la obtención sostenida y creciente de utilidades.
3. En el trabajo se demostró la hipótesis considerando que, a partir de un procedimiento sustentado en la relación de ingresos y costos con la utilidad, se podrán gestionar los factores internos para el éxito empresarial.
4. El objetivo del trabajo se cumplió al diseñar un procedimiento para la identificación y medición de los factores de éxito empresarial, que contribuirá con la planificación y la toma de decisiones.
5. El procedimiento elaborado permite la selección y actualización de un conjunto de indicadores de acuerdo al criterio de expertos, para la medición de los factores internos.

EL GOBIERNO CORPORATIVO: UN INSTRUMENTO EFECTIVO PARA TRANSMITIR CONFIANZA A LOS INVERSORES

En los últimos años, el Gobierno Corporativo (GC) se ha convertido en uno de los instrumentos más efectivos para transmitir confianza a los inversores, así como para prevenir, mitigar o evitar, en la medida de lo posible, que situaciones indeseables del pasado puedan volver a producirse, proporcionando un entorno de control y equilibrio necesario para reforzar las buenas prácticas empresariales.

A su vez, han proliferado una serie de iniciativas encaminadas a mejorar las prácticas de Gobierno Corporativo por parte de los reguladores y supervisores. Este concepto implica el establecimiento de un conjunto de relaciones entre la dirección de la empresa, los clientes, los inversores, proveedores, acreedores y empleados.

El Gobierno Corporativo se ha impulsado de una manera decidida en los últimos 15 años



impactando en ámbitos como las comisiones de auditoría, los sistemas de control interno, en la información financiera y no financiera, así como en la estrategia fiscal, entre otros. Sin embargo, el reto está en incorporar materialmente este nuevo marco al conjunto de la organización.

La internacionalización de las empresas y el acceso a mercados financieros de todo el mundo, sobre todo anglosajones, ha contribuido a dinamizar y promover un buen Gobierno Corporativo. De hecho, las firmas de Private Equity y los Fondos

Institucionales son considerados los grandes generadores de las mejores prácticas de Gobierno Corporativo.

El GC tiene, entre sus funciones, mantener o sostener la misión y objetivos de la empresa, así como guiarla hacia un mejor proceso de toma de decisiones, mantener su salud financiera con el paso del tiempo y mitigar sus riesgos. Cuando se logra alcanzar un GC en forma aceptable, el medio ambiente empresarial lo recompensa, dándole acceso a recursos de capital, mejores valuaciones, reducción de riesgo de inversión y mejores resultados.

Ocho claves a tener en cuenta en la gestión del Gobierno Corporativo

1. Analizar el posicionamiento en Gobierno Corporativo
2. Medir la efectividad de los sistemas de control interno de la organización
3. Mejorar el reporting corporativo
4. Actuar diligente: La mayor seguridad y protección del consejero
5. Evaluar el cumplimiento de los objetivos del Consejo
6. Definir una política de retribución adecuada de los consejeros y directivos
7. Asegurar el cumplimiento de los requisitos de Gobierno Corporativo en materia fiscal
8. Apoyar el desarrollo de estándares internacionales de Gobierno Corporativo

LOS QUALITY SUMMIT EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2019

En Latin American Quality Institute (LAQI) estimulamos y motivamos a las empresas y empresarios de toda Latinoamérica a continuar por el camino de la Calidad Total. En los Quality Summit se promueve la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) en la actividad diaria de las empresas, sus integrantes y Stakeholders con la finalidad de conseguir el futuro que queremos para el 2030.

Durante este año, hemos tenido presencia en 7 países, destacando aquellas entidades que cumplen con el perfil de Calidad total y que son premiadas y certificadas por acciones basadas en buenas prácticas corporativas, mejoras continuas de procesos y Responsabilidad Social. Todos estos conceptos y su aplicación están incluidos en una metodología propia que en la actualidad recibe el nombre de LAEM.

Estos eventos están dirigidos para los principales ejecutivos de las empresas e instituciones participantes. Los QUALITY SUMMIT congregan a más de 500 empresas líderes de distintos países donde se realizarán bajo el nombre "Desafío 2019: Demostrar Resiliencia - Ética, Calidad y Transparencia enfocadas en los ODS". Se desarrollan conferencias referentes a disciplinas corporativas alineándolas a los 17 ODS de la ONU, entre ellos: Gestión de Calidad y Talento Humano (ODS: 3, 5 y 8); Responsabilidad Social Empresarial (ODS: 10, 12, 13 y 15) y Comunicación Corporativa (ODS: 10, 12 y 17). El marco de conferencias referente a nuestro eje temático nos permite actualizar con nuevos conocimientos corporativos a las empresas participantes, para que se mantengan constantes en el camino de la Calidad Total. Adicionalmente contamos con reconocidos y destacados conferencistas y líderes de opinión de cada país en dichas disciplinas.

En los Quality Summit, se discuten tres temas importantes: Calidad Total, Desarrollo Sostenible y Compliance, dictados por destacados conferencistas. Se trata del reconocimiento empresarial más importante de estos países y este año ha llegado a su duodécima edición consecutiva. Durante este semestre, se han realizado los siguientes Quality Summit:

- **Argentina:** Se llevó a cabo el 29 de marzo en el Auditorio Cardeal Pironio – Universidad Católica Argentina – UCA



- **Colombia:** 11 de abril de 2019, Sheraton Bogotá.



- **Ecuador:** 26 de abril, Hotel Sheraton Guayaquil.



Reporte Quality Summit

- **Brasil:** 14 de mayo, FECOMERCIO-SP



- **Bolivia:** 29 de mayo, Cainco, Ciudad de Santa Cruz.



- **México:** 14 de junio, Hotel Marriott reforma, Ciudad de México.

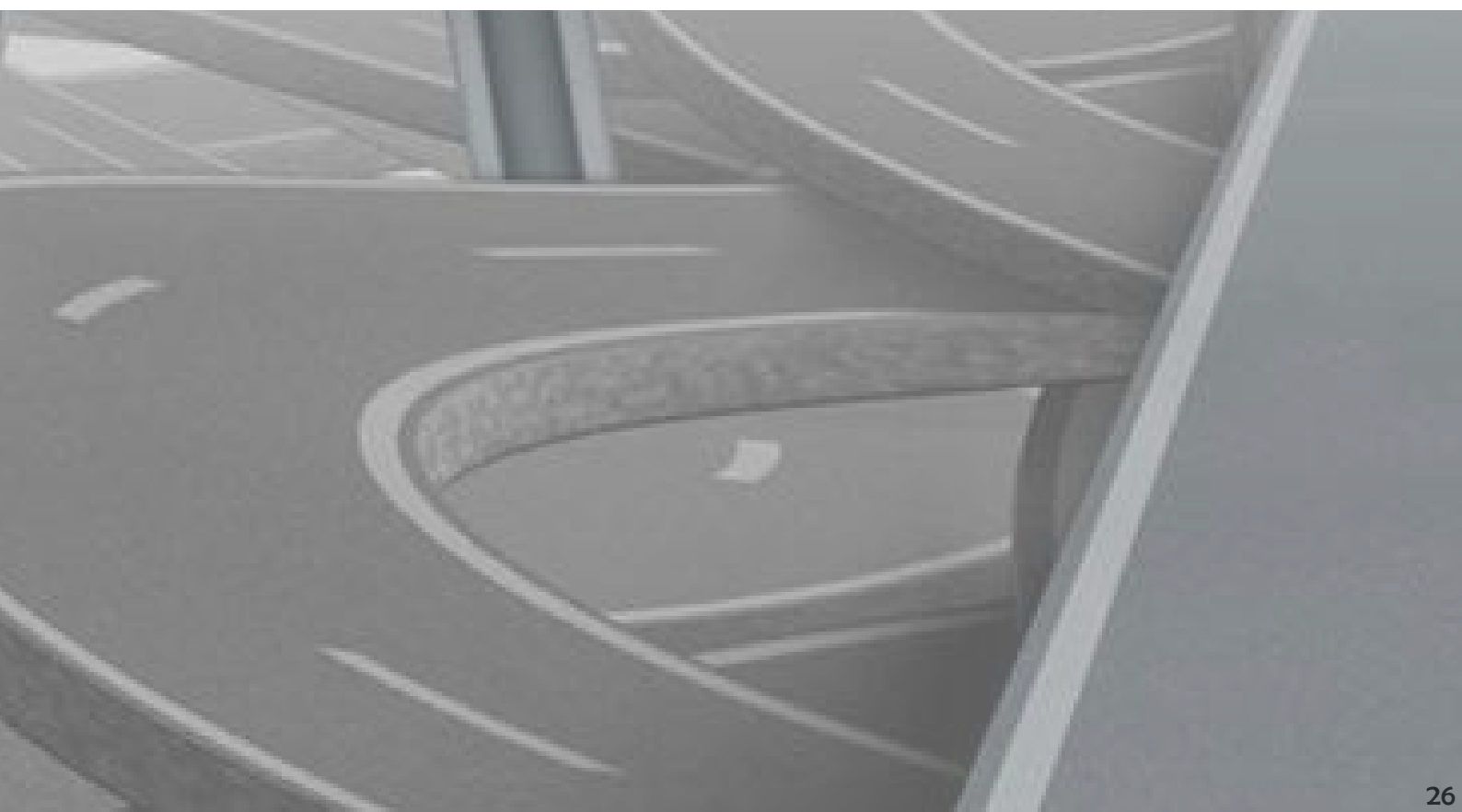


- **Perú:** 26 de junio, Cámara de Comercio de Lima.





NOTA C





CENTRAL



LIC. JOSÉ ANTONIO RÍOS R.

CEO Greenbrand Consulting Group

Coordinador De Environmental Support Program – ESP®

Web: <http://boliviabella.com/greenhearts.html>

Mail: gb.contactonet@gmail.com

Tel: 591 60101470



LA TOMA DE DECISIONES PROCESOS Y HERRAMIENTAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

Son las decisiones de las personas, en particular las de liderazgos corporativos, políticos y económicos que han llevado al planeta en menos de 200 años a un desequilibrio global climático nunca antes visto en los últimos 420.000 años, lo cual está conllevando una crisis global en todos los sentidos e incidencias en la producción, salud, recursos, economía, energía, entre otras.

Y ya no queda duda al respecto. El ámbito científico y de investigación como el Panel intergubernamental de expertos en cambio climático (IPCC) y científicos independientes coinciden en que el calentamiento global es por causa antropogénica, es decir que no es por causas naturales, sino por causa humana desde 1800 DC.



“Las decisiones que están tomando los líderes corporativos públicos, privados y la sociedad en su conjunto no son las correctas”

Hemos llegado a un punto en que el futuro de nuestra especie (existencia o extinción) se encuentra a “una decisión”. Y se tiene un plazo fijado al 2030 o 2035, pues los modelos científicos establecen que si seguimos como estamos, las concentraciones de dióxido de carbono (CO₂) en la atmósfera superarán en definitiva las 400 partes por millón (ppm), lo que significa que la temperatura media superficial de la tierra superaría los 2°C, marcando un proceso de extinción masiva del planeta.

Para James Hansen, científico de la NASA, sólo un incremento de 1°C ya marcaría una alteración en los sistemas de subsistencia de la Tierra. Esto es lo que los estados firmantes del Protocolo de Kioto, el Acuerdo de París y otras instancias de la Organización de Naciones Unidas intentan detener a través de compromisos y acciones como los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) denominados agenda 15-30 en referencia a su vigencia, desde el año 2015 al 2030.



"Las estimaciones científicas ya no pueden visualizar más allá del 2050. La cosa está realmente grave"

El último informe realizado por 250 especialistas internacionales sobre las perspectivas del medioambiente de la ONU, presentado en Nairobi (mayo 2019) durante la cuarta asamblea del PNUMA, confirma una de las sentencias más aterradoras y reales:

"la Tierra está siendo destruida"

Sus 740 páginas mencionan múltiples y duras advertencias que indican la efectiva destrucción de la Tierra como la conocemos. De acuerdo con el documento, en el 2050, unos 4 mil millones de personas vivirán en tierras desertificadas, sobre todo en África y el Sur de Asia; también confirma que la contaminación del aire mata ya a siete millones de personas cada año. Además, la resistencia a los antibióticos provocada por los contaminantes que se encuentran en el entorno, será la primera causa de muerte en el mundo para 2050. Para la ONU sólo hay una solución: reducir de forma drástica la emisión de dióxido de carbono CO₂ en la atmósfera.

El desafío global es lograr procesos de "Desarrollo Sostenibles" reales hasta el 2030. La pregunta es:

¿Qué estamos haciendo? ¿Qué decisiones estamos tomando?

Ojo, que nadie escapa en la "responsabilidad". Los países consumidores son tan cómplices de las consecuencias como los países industrializados, así como la sociedad civil es tan cómplice de las decisiones de sus gobiernos que los representan. Y las entidades, empresas y corporaciones son tan cómplices de la irresponsabilidad social por su influencia sobre los sistemas y medios de vida. Donde la responsabilidad parte de: los "Gobiernos Corporativos" de personas jurídicas, y de los gobiernos unipersonales que son las mentes (conscientia) de los seres humanos.

A partir del Informe Brundtland "Nuestro Futuro Común" de 1987, el criterio sobre "Desarrollo Sostenible" ha sido definido como al equilibrio de la tridimensión: económica, social y ambiental. Esto marca la pauta de las prioridades al momento de tomar decisiones, e implica esfuerzos y sacrificios que no dejan de producir "efectos avestruz" en la sociedad. Enterrar la cabeza para pretender escapar a la realidad, no deja de ser el error más grave de toda decisión.

5 PASOS EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES EXISTENCIALMENTE RESPONSABLES

La separación del proceso en etapas puede ser tan resumida o tan extensa como se desee, en el caso presente identifiqué principalmente las siguientes etapas:



Todos tomamos decisiones a cada momento. Qué hago este fin de semana, si voy a ir al gimnasio dos o tres veces a la semana, a qué hora pongo el despertador, etc. Pues este tipo de decisiones no solo son individuales, sino que las empresas, los políticos o cualquier tipo de organización la deben tomar a cada momento. Gran parte de las decisiones que tomamos en la vida diaria la realizamos intuitivamente. Sin embargo, cuando se presenta un problema como de la magnitud presente, la toma de decisiones debe ser racional, debiendo aplicarse un "proceso de toma de decisiones".

Cuando la toma de una decisión depende de únicamente un único criterio (que más allá de la mitigación, trata de la responsabilidad de "frenar" nuestros impactos y acciones directas e indirectas causantes del calentamiento global), la solución óptima es aquella que optimiza dicho criterio. Este tipo de problema ofrece una visión parcial de la realidad, pues normalmente en la solución a un problema influyen numerosos aspectos que pueden ser contradictorios y entrar en conflicto entre sí. Aquí es donde entran en escena los problemas de decisión que tienen en cuenta dos o más criterios.

Asumiendo el criterio único de "frenar" los impactos y acciones directas e indirectas causantes del calentamiento global, el proceso de toma de decisiones del Gobierno Corporativo debería seguir los siguientes pasos:

1. Identificación y análisis

Al momento de identificar y analizar el problema social se debe comprender la condición del momento y de visualizar la condición deseada, es decir, encontrar el problema interno que genera el impacto o riesgo medioambiental y reconocer que se debe tomar una decisión para llegar a la solución "a corto plazo". Y dentro de este ámbito, los métodos cuantitativos serán las herramientas más confiables a la hora de basar una decisión gracias a su capacidad de gestionar, procesar y analizar datos de manera rápida y eficaz.

2. Definición de la prioridad

La definición de la prioridad se basa en el impacto y en la urgencia que se tiene para atender y resolver el problema. El impacto describe el potencial al cual se encuentra vulnerable el planeta, y la urgencia muestra el tiempo disponible que se cuenta para evitar o al menos reducir este impacto, que según los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) sólo quedan 11 años al 2030.

No es casual que 15 de los 17 ODS se relacionen directamente con el medioambiente, en otras palabras, con los "estilos, sistemas y medios de vida" del ser humano.

3. Opciones de solución

Las entidades y corporaciones cumplen un papel esencial como agentes de cambio, donde no queda lugar para enterrar la cabeza como avestruz. Todas las decisiones deben ir enfocadas a generar opciones de solución a los impactos ambientales que producimos como empresas, industrias, instituciones e incluso a los impactos individuales que genera cada familia y persona. Donde la "reducción, reúso y el reciclado" deben ser una política fundamental y transversal a todos los procesos y sistema de gestión, priorizando los consumos de: electricidad, agua, gas, transporte, papelería y plásticos, con indicadores medibles y cuantificables, estableciendo objetivos y metas de reducción dentro de la planificación desde la familiar hasta la corporativa y estatal. La transmisión del conocimiento, educación y concientización sobre la realidad ambiental también debe formar parte fundamental de las políticas de gestión en todos los ámbitos de la sociedad. En esta etapa es importante la creatividad de los tomadores de decisiones.

4. Evaluación de alternativas

Realizar un estudio detallado de cada una de las posibles soluciones que se generaron para el problema, considerando sus ventajas y desventajas respecto a los criterios de decisión, y una con respecto a la otra, asignándoles un valor ponderado. En esta etapa del proceso es importante el análisis crítico como cualidad del tomador de decisiones.

5. Selección de la mejor opción

Escoger la opción que según la evaluación obtendrá mejores resultados para el problema. La decisión tomada deberá: Maximizar el resultado general esperado; Satisfacer la meta y objetivo buscado; y Optimizar el equilibrio entre distintas metas.

PROCESO DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN

Una vez concluido el proceso de toma de decisiones, será necesario proseguir con la medición y evaluación de los resultados para nuevas decisiones en un proceso de mejora continua.



1. Aplicación de la decisión

Se debe poner en marcha la decisión tomada para poder evaluar si la decisión fue o no acertada. La implementación probablemente derive en la toma de nuevas decisiones, de menor importancia.

2. Evaluación de resultados

Se debe evaluar si se solucionó o no el problema, si la decisión está teniendo el resultado esperado o no. Si el resultado no es el esperado se debe considerar si es porque falta más tiempo para obtener los resultados o si definitivamente la decisión no fue la acertada, en este caso se debe iniciar el proceso de nuevo para hallar una nueva decisión. El nuevo proceso contará con más información y se tendrá conocimiento de los errores cometidos en el primer intento. Se debe tener conciencia de que estos procesos de decisión están en continuo cambio, las decisiones que se tomen continuamente van a tener que ser modificadas, por la evolución que tenga el sistema o por la aparición de nuevas variables que lo afecten.

ASPECTOS ELEMENTALES

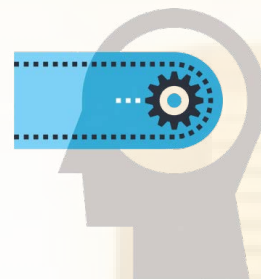
Para asegurar el proceso, es necesario considerar elementalmente los aspectos: cognitivos, de información y los sesgos.

1. Procesos cognitivos implicados en la toma de decisiones

Como en el pensamiento crítico, en la toma de decisiones se utilizan ciertos procesos cognitivos:

Observación (Examinando el objeto o fenómeno).

- Comparación (Relación entre los asuntos tratados).
- Codificación (¿Quiénes somos? y clarificar valores).
- Organización (Regla o modo para seguir un curso de acción responsable).
- Clasificación (Ordenamiento sistemático del proceso u operación).
- Resolución (Implementación de la toma de decisiones).
- Evaluación (Análisis y reflexión de los anteriores razonamientos y conclusiones).



2. La información como materia prima

Es fundamental, ya que sin ella no resultaría posible evaluar las opciones existentes o desarrollar nuevas opciones. En las organizaciones, que se encuentran sometidas constantemente a la toma de decisiones, la información adquiere un rol fundamental, y por ello un valor inigualable. Para procesar los datos de la organización y transformarlos en información, es fundamental el sistema de información, dentro de los cuales se encuentra la contabilidad. Además de los sistemas de información, existen sistemas diseñados especialmente para ayudar a transitar el proceso de toma de decisiones, que se conocen como sistemas de soporte a decisiones o sistemas de apoyo a la decisión.

3. Sesgos cognitivos en la toma de decisiones

Los sesgos cognitivos son fenómenos psicológicos, normalmente involuntarios, que dificultan el procesamiento de la información y pueden acarrear equivocaciones de distinto grado en la toma de decisiones. Estos patrones de pensamiento pueden conducir a errores sistemáticos, un ejemplo de sesgo cognitivo es el efecto avestruz o los prejuicios, intereses o caprichos individuales y aspectos subjetivos, sobreestimación y subestimación.

Elan Mello Micropigmentação Capilar® é uma clínica especializada em procedimentos para tratar e camuflar a calvície

MICROPIGMENTAÇÃO CAPILAR

- .ELIMINA FALHAS NO COURO CABELUDO
- .COMPLEMENTA TRANSPLANTE CAPILAR
- .REPARA CICATRIZES NO COURO CABELUDO
- .ELIMINA A CALVÍCIE GENÉTICA
- .PARA HOMENS E MULHERES
- .RESULTADO IMEDIATO



Elan Mello é dermopigmentador especializado e altamente qualificado para promover o melhor resultado para seus pacientes. A clínica oferece conforto e bem estar em um ambiente aconchegante e requintado



"Não existe caso sem solução. Em apenas uma sessão da minha Micropigmentação Capilar poderei lhe devolver o prazer de encarar a vida com mais segurança sem os vestígios da calvície"

Elan Mello



ELAN MELLO®
micropigmentação capilar

Elan Mello Micropigmentação Capilar

Unidade São Paulo - Alphaville

+55 (11) 981731531

+55 (11) 26807986

Unidade Rio - Barra da Tijuca

+55 (21) 965930527

+55 (21) 24971380

www.micropigmentacaocapilar.com.br

E-mail: contato@micropigmentacaocapilar.com.br



REPORT





ETAJES



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA, UPSIN

Web: <http://www.upsin.edu.mx/>

Mail: gorozco@upsin.edu.mx

Tel: 52 669 180 0695



EN UPSIN ENCUENTRAS UNA EDUCACIÓN CON CALIDAD

Desde su fundación en el año 2004, la Universidad Politécnica de Sinaloa – UPSIN se ha caracterizado por ser una institución de educación superior que agrega valor a su alumnado al igual que a sus partes de interés primordialmente, a través del cumplimiento y compromiso que se tiene con la misión y visión institucional, con su programa institucional de desarrollo y con el logro de la política y objetivos de la calidad.

La UPSIN ha logrado ser reconocida nacional e internacionalmente, a través de acciones clave que se plasman a manera de resultados en sus indicadores institucionales vigentes. Por tal razón, la universidad ha emprendido uno de los proyectos más ambiciosos y estratégicos hasta en un sólo mecanismo de gestión integrada a fin de certificar, acreditar y aprobar toda la normativa aplicable a la mejora y el cumplimiento de los objetivos de calidad, incluyendo el reconocimiento y la acreditación de sus programas educativos. Asimismo, ha promovido la Responsabilidad Social por medio de programas de voluntariado, programas académicos pertinentes, vinculación con la comunidad, gestión ambiental, programas de inclusión y equidad, participación deportiva y cultural, entre otros aspectos. Esta universidad contribuye a la satisfacción de sus stakeholders, a través de la promoción



Esta universidad contribuye a la satisfacción de sus stakeholders, a través de la promoción e implementación de la Responsabilidad Social para generar una estructura de apoyo que permita enfocar las actividades realizadas en el cumplimiento de los requisitos de los grupos de interés.

Adicionalmente, por medio de la contribución en la formación de profesionales y personal de alta calidad competitiva de excelencia, fortalecidos mediante una formación holística con valores, programas educativos acreditados y con pertinencia social que promuevan la investigación científica y tecnológica, la vinculación y la extensión universitaria para incidir en el desarrollo sostenible e incluyente de la sociedad.



La satisfacción que generan para sus clientes se puede expresar en términos de la demanda que tienen de aspirantes para estudiar las carreras que ofrecen. Además, sus egresados (hablando de clientes externos) están colaborando en empresas importantes tanto nacionales como internacionales.

La buena gestión con sus stakeholders permite mejorar la Reputación Corporativa. Es sumamente importante ya que para generar lazos de colaboración y obtener resultados significativos que favorezcan un desarrollo sostenible de manera mundial, es necesario tener acercamiento y buena vinculación con los grupos de interés que fortalecen sus procesos educativos a manera de retroalimentación y mejora continua.

La institución ha implementado estrategias responsables para lograr la satisfacción de sus grupos de interés. Algunas de ellas son: Promoción de la responsabilidad social, uso responsable de medios digitales y de comunicación, impartición de pláticas, conferencias, cursos, asesoría técnica y participación colateral con instituciones y asociaciones que buscan fortalecer su compromiso con la responsabilidad social por medio de programas institucionales de carácter voluntario, formativo y pertinente.

Al comunicar de forma transparente y compartir la capacitación sobre la responsabilidad social y la calidad, se genera una mayor confianza y motivación con las partes de interés de sumarse a los programas en beneficio del cumplimiento del desarrollo sostenible, lo que permite ayudar a hacer más sólida su Reputación Corporativa.

La ética y la responsabilidad social empresarial son muy importantes para esta institución educativa. Por medio del comité de responsabilidad social y el comité de transparencia forman parte la contraloría institucional y abogacía general, como representantes de la alta dirección, comprometidos en monitorear de manera constante que la operación de la Institución sea de forma ética y responsable.



Finalmente, cabe mencionar que el mantener una conducta ética y responsable ante los stakeholders genera una mayor confianza, vinculación y ejecución de proyectos integrales de alto impacto que favorecen al aumento de los resultados en pro de la Responsabilidad Social y Calidad Institucional Educativa.



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE



@LAQI_quality



laqi.quality

WWW.LAQI.ORG



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PEDRO A. DEL AGUILA HIDALGO

Mail: invidu@hotmail.com
Tel: 51952405074



COMPROMETIDO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El IESTP "PADAH" es una institución comprometida con el desarrollo sostenible del medio ambiente a través de principios éticos, contenidos curriculares enfocados hacia la generación de la conciencia ambiental, para fomentar futuros líderes que no solo aprendan una profesión técnica, sino que, además, entiendan la importancia de la protección del ambiente, con énfasis en la idoneidad de la ética y la cultura ambiental.

La Experiencia del Cliente es la práctica de diseñar y reaccionar a las interacciones del cliente con el fin de cumplir o superar sus expectativas. Por lo tanto, el aumento de la satisfacción del cliente, su lealtad y su apoyo son las claves del proceso en sí. Hacer que la educación sea cada vez más igualitaria y adaptada a las tecnologías es la razón del IESTP "PADAH".

Hay que dejar claro que las nuevas tecnologías en el sistema escolar enriquecen y potencian la curiosidad y la experimentación, pero al mismo tiempo hay que advertir la necesidad de analizar los riesgos, desafíos existentes y anticipar sus consecuencias.



Administrar una Institución Educativa genera procesos cualificados en la comunidad educativa: directores, docentes, alumnos, servicios generales y sociedad. Demanda competencias más especializadas en las personas que dirigen estas instituciones. Tales demandas implican experiencias de procesos cognitivos de mayor dificultad, a partir de la consideración de aspectos como las interrelaciones, el liderazgo, los conocimientos, los procedimientos pedagógicos, el manejo de aspectos legales, económicos, tecnológicos, que modelan la situación humana en las relaciones de la institución. También intentan generar una explicación aceptable de lo que se entiende por calidad educativa, como parte inherente al proceso de gestión educativa.

Su capital humano recibe capacitación constante para brindar un mejor servicio a sus clientes. A través del área de Formación Continua, se desarrollan capacitaciones pedagógicas a sus docentes a través de recursos propios de la Institución y del Ministerio de Educación (virtual y presencial). Su personal administrativo, de acuerdo con el área

de atención, viene desarrollando capacitaciones en atención al cliente y marketing.



La comunicación interna y externa sostenible y corporativa es un valor organizacional y condición clave para alcanzar una posición exitosa en la sociedad loreтана, les permite expresar la forma de ser, hacer y sentir del instituto, utilizando canales de comunicación muy convencionales (radio, televisión, internet) y no convencionales como el diálogo Instituto-Cliente, que permite llegar y atender directamente a más de 2.500

clientes diarios, quienes son la razón de ser del Instituto.

La comunicación consiste en un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la institución y sus clientes, en el presente años se incorporó en su organigrama institucional el área de imagen, realizando convenios con los medios de comunicación.

Con la comunicación interna y externa, se debe lograr un posicionamiento en el mercado local para obtener ventajas competitivas y mantener las relaciones entre los diferentes grupos de interés.



DANDRES S.A.

Web: <http://www.dandres.com.py>
Mail: comercial@dandres.com.py
Tel: 59521447082



UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS DE LIMPIEZA EN PARAGUAY

Actualmente, la empresa DANDRES está posicionada entre las 3 mejores empresas de Limpieza del Paraguay y es la número 1 en el servicio de limpieza de terminación de obras.

El proyecto más importante que ha realizado es la gestión para la Certificación ISO 9001 y 14001, grandes desafíos organizacionales que los proyectan a ser mejores en todos los procesos internos y en las entregas de productos y servicios a sus clientes.

Dentro del marco de stakeholders, su público interno y las políticas de RSE son las que los hacen crecer, inspirar e impulsar. No solo están enfocados en una «rentabilidad económica», sino que trabajan unidos en la sostenibilidad de DANDRES, evalúan el impacto social y colaboran en mejorar la calidad de vida de todos sus colaboradores. Allí es donde nace su fuerza diaria y la que genera la satisfacción de quienes están al frente del batallón, es decir, sus operarios de limpieza.



En cuanto a su público externo, cumplen con los lineamientos básicos, como: salarios acordes al SMLV (puede parecer muy básico, pero en este rubro, las empresas locales no cumplen este lineamiento); contribuyen a que los operarios de limpieza puedan satisfacer sus necesidades básicas y aportar a la economía local y utilizan programas de RSE para medir el nivel de pobreza de sus colaboradores y trabajar de forma paulatina, pero constante, en el mejoramiento de su entorno.

Se busca generar un cambio de actitud de los colaboradores ya que son la imagen de la empresa, el día a día con el cliente lo viven ellos, por lo cual. Si el colaborador está contento, eso es transmitido al cliente, y si su churn rate es bajo, los clientes se sienten satisfechos con el servicio, y en muchos casos los clientes se suman a los trabajos que realizan.

Para ellos, es muy importante tener una buena gestión con sus stakeholders, con miras a mejorar la Reputación Corporativa de su empresa, convencidos de que la gestión de stakeholders es el camino de la nueva generación.

La empresa Dandres ha sido condecorada como promotora del cambio por la Fundación Dequeni, esto debido a todas las políticas que tienen con la gestión del cliente y con sus públicos, esforzándose por mantener un entorno y un servicio de calidad.

Todas estas estrategias ayudan a la reputación, desde la base, impulsando a que sus



posibles nuevos clientes y clientes actuales manejen los mismos términos, reflejando una imagen de empresa Socialmente Responsable, seria y comprometida con el crecimiento.

Los temas de ética y Responsabilidad Social Empresarial son temas realmente muy importantes y hasta incluso controversiales. El mercado no es solo muy competitivo, sino que mucha de la competencia es desleal. Desde la base, que son sus directivos, la compañía trabaja siempre dentro del marco de la legalidad, con ética y responsabilidad. Esto se traduce en que sus clientes tienen una excelente referencia sobre la forma de proceder y están seguros de que la empresa que contratan es seria y responsable.



Ayolas 1045 casi Jejui | +595 21 447 082 | +595 21 443 478 | info@dandres.com.py | Asunción, Paraguay

gen corporativa, de una empresa seria, socialmente responsable y comprometida con el crecimiento.



VMO CONCRETOS

Web: www.vmo.com.do

Mail: fsarraff@vmoindustrias.do

Tel: 1 809-957-0080



UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HORMIGÓN.

Es una empresa en República Dominicana dedicada a la elaboración y comercialización de hormigón, con procesos de fabricación totalmente automatizados, que les permite ofrecer al sector de construcción una amplia gama de opciones en cuanto a resistencias y características especiales en hormigón. Producidos bajo los más estrictos estándares de calidad, acorde a las exigencias y procedimientos de monitoreo establecidos en las normas nacionales (NORDOM) e internacionales (ACI y ASTM), garantizando al cliente: calidad, excelencia en el servicio y eficiencia en la etapa estructural de sus proyectos.

La empresa está orientada a satisfacer con excelencia y calidad las demandas del sector construcción, desde obras de infraestructura hasta viviendas en etapas de obra gris y terminaciones, a nivel nacional. Para ello, cuentan con 5 plantas ubicadas en puntos estratégicos que les permiten abastecer las zonas sur y este del país y el gran Santo Domingo, además de 2 plantas móviles con las que ofrecen servicios dedicados en cualquier parte del país.

Esta empresa ofrece empleos directos a un total de 173 personas, distribuidas en las distintas zonas del territorio nacional donde tienen actividad (Regiones Sur y Este y en la Ciudad de Santo Domingo). Su compromiso social forma parte integral de la cultura corporativa. Reconocen la importancia de operar su negocio creando valor económico y social para los colaboradores y para las comunidades en donde operan, con especial interés en la preservación del medio ambiente. Fomentan el bienestar de todos sus colaboradores y sus familias, invirtiendo en sus comunidades y promoviendo una mayor cultura de respeto a la diversidad y al medio ambiente.

Dentro de los programas de RSE que actualmente gestionan, cuentan con:

- Limpieza de playas.
- Evaluaciones Médicas.
- Entrega de Útiles Escolares.



La sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales, siendo de vital importancia el aumento en la inversión del capital humano, el entorno y las relaciones interpersonales. La entidad apuesta por la implementación de los objetivos de Desarrollo Sostenible en la estructura de la empresa, lo que conlleva a una serie de beneficios que repercuten directamente en el modelo de negocio empresarial a corto, medio y largo plazo.

La ética de hecho es uno de los valores a los que se aferra la entidad para el desarrollo de cada negociación, están comprometidos con la integridad, honestidad y un servicio de calidad para cada uno de sus clientes, realizando procesos con la actitud consciente y responsable de buscar el bienestar común.



Smell
of fragrance

SMELL OF FRAGRANCE

Web: www.smellfragrance.com.br
Mail: marcelo@smellfragrance.com.br
Tel: 19 9 9726 8997



UNA EMPRESA CON AROMA DE ÉXITO

Smell of Fragrance, actúa con seriedad y responsabilidad social, ofreciendo productos de alta calidad y de estándar internacional. Uno de los proyectos más importantes tiene que ver con uno de sus exclusivos productos llamado Skull Frost, hecho para el hombre moderno y exigente con su barba, utilizado como champú para el mantenimiento diario y también como gel para afeitar, generando una sensación única de satisfacción y frescura.

En Smell of fragrance están comprometidos con la satisfacción de sus clientes por medio de un trabajo de forma transparente y con seriedad. La familia Smell of Fragrance, hace que todos contribuyan con todos, de manera espontánea y armónica, independientemente de su papel o función, tanto en el ambiente interno y externo, haciéndola única en su rubro.

Hay una satisfacción generada por parte de sus clientes, gracias a la alta calidad de los productos y, además, por la creatividad e innovación que implementan a la hora de sacar sus productos, en especial los exclusivos, como: Skull Frost para barba, los perfumes inspirados en la Amazonia o en la cachaça brasileña, al igual que en el vino y la cerveza que despiertan los más profundos sentimientos de conquista y lujuria.

Smell
of fragrance

Fragrâncias Exclusivas que
vem conquistando o mundo!

D'Vine
Inspirado
no Vinho
15ml



Synthizy
Inspirado
na Amazônia
15ml



Incandescent
Inspirado
na Cachaça Brasileira
15ml



smellfragrance
.com.br

Smell
of fragrance

PARFUMS LINHA ESSENCIAL FEMININA



smellfragrance
.com.br

Tener una buena gestión con sus clientes es parte de su ADN, ya que se transmite seriedad, transparencia y por otro lado fideliza a sus clientes y consumidores, lo que permite un aumento considerable año a año.



Los Stakeholders son su principal objetivo, por ello buscan motivarlos con creatividad e innovación en sus productos. Contribuyen con la sociedad de manera económico-financiera, a través de la metodología exclusiva EIFG, con enfoque en las ventas directas y la formación de equipos, así como en el aumento de su autoconsumo ante el mercado, acelerando nuevas generaciones de empleos y sostenibilidad en Brasil. Sin lugar a duda, son considerados únicos en su rubro, no solo se preocupan por vender, sino también por la sostenibilidad y el bienestar.

La ética y la responsabilidad social corporativa son muy importantes para ellos, pues consideran esenciales estos temas para su gestión y, sobre todo, para su

reputación, ya que son pilares de éxito en una empresa.

La empresa ha recibido reconocimientos por parte de la ANCEC, como la Empresa más emprendedora de Brasil, y también ha sido premiada internacionalmente por parte de Latin American Quality Institute.

Smell

of fragrance

Smell of Fragrance, atua com seriedade e responsabilidade social, com produtos de alta qualidade, padrão internacional, porém, com valores de aquisição dentro das expectativas financeiras de todos.

Possuímos vários projetos de grande importância, mas o de maior impacto é o exclusivo Skull Frost, único mundialmente, feito para o homem moderno e extremamente exigente com sua barba, podendo ser utilizado como shampoo para manutenção diária, ou, como gel para barbear, resultando em uma sensação única de satisfação e frescor. O Homem que o utilizar, jamais o esquecerá.

De maneira transparente e com seriedade, a família Smell of Fragrance, faz com que todos contribuam com todos, de maneira espontânea e harmônica, independentemente de seu papel ou função, tanto no ambiente interno como, também, no ambiente externo, tornando-a única em sua contextualização.

Nossos clientes/consumidores se surpreendem pela alta qualidade dos produtos Smell of Fragrance, e, pela criatividade e inovação, principalmente nos exclusivos da marca, como: Skull Frost para barba e, os Parfums inspirados na Amazônia e, na cachaça brasileira, de vinho e na cerveja dos monges, que despertam os mais profundos sentimentos de conquista e luxuria.

Uma boa gestão transmite seriedade e transparência, resultando na melhoria contínua da empresa, que se faz perceptível e, fideliza desta forma, seus clientes/consumidores, aumentando consideravelmente a cada ano, o Market Share da Smell of Fragrance perante ao mercado.

Os Stakeholders são nosso principal compromisso, nos motivando a buscar criatividade e inovação, almejando a satisfação de nossos consumidores, como também, de contribuirmos com a sociedade de maneira econômica-financeira, através da metodologia exclusiva EIFG, com foco nas vendas diretas e formação de equipes, resultando em renda extra e, propiciando através de seus esforços, na conquista de uma vida melhor, assim como também, no aumento

de seu autoconsumo perante ao mercado, acelerando novas gerações de empregos e sustentabilidade de nosso país.

Contudo, demonstramos que somos uma empresa única e diferenciada, que se preocupa não apenas nas vendas de nossos produtos, mas, sim, também, na sustentabilidade e bem-estar de nosso país e, na alta satisfação de nossos clientes/consumidores, resultando no melhor marketing existente até os dias atuais, a propaganda "boca a boca".

Prezamos consideravelmente pela ética e responsabilidade social, contribuindo com a sociedade através de todos terem a oportunidade de conquistarem seus desejos e expectativas, de maneira harmônica em formato de família, a família Smell of Fragrance, no qual criamos a metodologia exclusiva EIFG – Estrutura Inteligente de Formas de Ganhos, prevalecendo sempre e, impreterivelmente, com a transparência e integridade de todas as informações.

Entendemos que, conduta ética e responsabilidade social, é um dos principais pilares ao sucesso de uma empresa, no qual, levamos bastante a sério, contribuindo para com o mercado e a sociedade, de forma direta e/ou indiretamente, em prol de uma vida melhor. Desta forma, somos vistos como empresa referência, conquistando prêmios nacional, como "Melhor Empresa de Empreendedorismo Brasil" pela ANCEC e, também, reconhecimento internacional LAQI, por dois anos consecutivos, com divulgação em 178 países a nível mundial.



Marcelo Delsoto
CEO



Parfums
Exclusivos



Parfums **Linha Essencial**



Shampoo
e Gel
Barba



Aromatizantes
de **Ambientes**

VENHA TAMBÉM FAZER PARTE DESTA FAMÍLIA E, SURPREENDA-SE COM A SMELL OF FRAGRANCE!
www.smellfragrance.com.br | contato@smellfragrance.com.br | fb.com/smelloffragrance



UNA SOCIEDAD DE ABOGADOS CON PRESTIGIO

SIMEI COELHO es una empresa con una imagen creíble, éticamente responsable y profesionalmente eficiente. Su destacada actuación se enfoca en proporcionar calidez, satisfacción y enamoramiento a los clientes, a través de una forma de atención rápida y eficaz.

Esta entidad contribuye a la satisfacción de sus clientes, adoptando tecnología y metodología de trabajo para sanar las tres mayores reclamaciones de los clientes de abogacía, que son: Mala atención, la falta de informaciones procesales y las dificultades en hablar con el abogado, transformándolas en tres grandes diferenciales.



La satisfacción por parte de los clientes externos se ha dado por medio de la transparencia de los trabajos y la conquista de los resultados según sus expectativas. Por otro lado, la satisfacción de los clientes internos se genera gracias a un ambiente armónico de trabajo y la oportunidad de desarrollo sostenible de las carreras profesionales.

Tener una buena gestión con las partes interesadas mejora la reputación corporativa, pues entienden que este es un factor crítico del éxito de la organización. Para ello, han desarrollado un equipo autogerenciable, planificación y tecnología para la organización del expediente y control de los servicios y plazos procesales.



Sus principales Stakeholders son sus clientes y el propio equipo de trabajo, pues es justamente a través de ellos que multiplican la cartera de clientes y por ende, la facturación. La principal estrategia para alcanzar la satisfacción de ellos es gracias al trato de valorizar al ser humano. Estas estrategias integran su misión, visión y valores.

En SIMEI COELHO se preocupan y trabajan por los temas éticos y de Responsabilidad Social Corporativa a través de la implantación de programas de integridad, conforme a la Guía de Compliance para Oficinas de Abogacía, elaborada por la Orden de los Abogados de Brasil (OAB), así como a través de las acciones de Responsabilidad Social a nivel regional e internacional.

De hecho, la implementación de Compliance y las acciones de Responsabilidad Social agregan valor a la entidad, buscando influenciar y alentar a todos sus stakeholders.



NOVACASA
IMOBILIÁRIA
www.novacasaimob.com.br

NOVA CASA IMOBILIARIA

Web: www.novacasaimob.com.br

Mail: adenyr@novacasaimob.com.br

Tel: 55 2126672220



UNA EMPRESA DESTACADA EN EL RUBRO INMOBILIARIO

Dedicada al rubro inmobiliario en Brasil, Nova Casa desarrolla la responsabilidad social interna y externa creando programas que promueven la conciencia de preservar y cuidar el medio ambiente. Por ejemplo, con el programa «Adopta tu taza», donde se evita que los empleados utilicen plástico. Cada colaborador trae su taza y esta es utilizada para su propio consumo. Este concepto de sostenibilidad es recordado y trabajado diariamente con todos los trabajadores de la empresa.

Otra campaña trabajada es «Si me vas a usar, úsame completamente», y tiene que ver con el uso del papel. En ella, cada empleado al momento de imprimir debe utilizar las dos caras de la hoja y así con esta simple acción,



buscan reducir el gasto de compras de resmas y consecuentemente la disminución de la destrucción de bosques.

Como lo dijo Aristóteles, «la excelencia no es un acto, sino un hábito». Para ellos, algunas reglas pasan a ser hábito, como, por ejemplo, después de los distintos entrenamientos, los empleados deben ordenar la sala o auditorio y dejar el ambiente idóneo sin la necesidad de que los colaboradores de servicios generales entren a cada momento. Asimismo, al finalizar una reunión, los colaboradores deben apagar las luces, desconectar aparatos electrónicos y dejar todo organizado. Estas pequeñas acciones generan conciencia y pasan de un ambiente corporativo a uno familiar.

La razón de existir de Nova Casa, es la satisfacción de sus clientes, todo el trabajo tiene foco en la satisfacción del cliente, desde el momento de asociarse con incorporadores que comprueban un trabajo serio e involucrado con la sostenibilidad, hasta la atención final con el cliente.

Desarrollan, junto a la Gerencia de Recursos Humanos, el programa «Escuela de Corredores», que busca capacitar corredores en diversas áreas como: productos de financiamiento, marketing digital, marketing personal, emprendedurismo, Dress Code y tele-marketing. La Escuela de Corredores es un diferencial que da la oportunidad de formar profesionales que saben establecer relaciones. Cada inmueble vendido proporciona la certeza de un sueño realizado y cada familia que compra recomienda la empresa por su nivel de satisfacción.

En Nova Casa, valoran la atención al cliente desde la captación en la venta hasta la pos-venta. De esta manera, garantizan una retroalimentación de la satisfacción del cliente. La empresa cree que el contacto directo con los corredores es la mejor forma de conseguir sus resultados. Entendiendo que la sustentabilidad es una acción que involucra al ser humano consigo mismo, su cuerpo, su higiene para, a partir de esa toma de conciencia, tener plena condición de actuar de manera sostenible con el medio ambiente corporativo.



Utilizan los medios sociales para la comunicación externa sobre los diversos temas que involucra la sustentabilidad y Responsabilidad Corporativa. Todos los meses, comparten en sus redes contenidos que agregan valor a toda comunidad. Como ejemplo de esa comunicación, tienen los eventos «Saia do aluguel» e «Feirão Online». En estos eventos, la comunidad tiene la oportunidad de ir a una de las unidades de Nova Casa para conocer de cerca las posibilidades que tienen las personas de comprar propio inmueble.

Estas acciones privilegian el empoderamiento de la población acerca de su capacidad de ser dueño de su propio inmueble. Este trabajo consiste en dar oportunidad de conocimiento sobre diversos temas y tiene como principal objetivo mantener la cercanía con la sociedad, conocer sus anhelos y ser conocida como una marca de responsabilidad social, después de todo, Nova Casa es una empresa de oportunidades tanto para quien trabaja en ella como para quien utiliza sus servicios.



MARIA NAZARETH DORIA

Mail: nazadoria@uol.com.br
Tel: 11 99278-4041



UNA IMPORTANTE ESCRITORA INDÍGENA.

La médium Maria Nazareth Dória nació el 28 de febrero en Canhoba, en el interior del estado de Sergipe, más precisamente en una aldea indígena. A los 17 años, se mudó a São Paulo, trabajó durante 30 años, de los cuales 22 como funcionaria de Petrobras. La mediumnidad de Maria Nazareth Dória se manifestó desde temprano, hacia los 7 años. Siendo descendiente de indios, Nazareth siempre fue orientada sobre la existencia de la vida espiritual y la importancia de la naturaleza en la vida, sobre todo en el campo de la medicina alternativa. Gracias a este aprendizaje, Maria Nazareth Dória se ha dedicado hoy exclusivamente a las actividades espirituales y a la investigación de plantas medicinales, obteniendo excelentes resultados alternativos con esencias naturales.





Es fundadora y dirigente de instituciones sin fines de lucro desde hace 15 años, atendiendo y orientando a cientos de personas (incluso jóvenes), contando con el apoyo de médicos, dentistas, abogados, enfermeras, psicólogos y profesores. La atención a la población carente se extiende en diversas áreas del apoyo a las necesidades básicas de la familia hasta el trabajo de afirmación de ciudadanía de aquellos que viven al margen de la sociedad. Además de las actividades filantrópicas, Maria Nazareth Dória dicta cursos y conferencias sobre la Doctrina Espírita y ejerce su mediumnidad desde hace más de 30 años.



Cuenta con una imagen y un reconocimiento muy bueno en Brasil y su destacada trayectoria le ha permitido ser un referente en estos temas.





GRUPO COSMIC

Web: <http://www.cosmic.com.mx>
Mail: mesadecontrol@cosmic.com.mx
Tel: 5255 41517700



UNA AGENCIA CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

Grupo Cosmic es una de las agencias con un gran reconocimiento y trayectoria en México, trabajando en servicios relacionados al Shopper Marketing y con una presencia en más de 13 países de Latinoamérica.

Esta agencia contribuye a la satisfacción de sus stakeholders, buscando el desarrollo profesional y humano, dando beneficios y oportunidades en distintos ámbitos. En su portafolio, se encuentran clientes con los que han generado alianzas por más de 39 años, los cuales demuestran confianza y la plena satisfacción en la elección de sus servicios. Al interior, mantienen una relación cordial, de respeto, de profesionalismo e inclusión con sus colaboradores.





Es Indispensable una buena gestión con sus stakeholders con miras a mejorar la Reputación Corporativa, ya que son el soporte operativo de la compañía en la garantía de la calidad de sus servicios. El grupo ha creado un departamento de calidad, donde soporta y supervisa el adecuado servicio, logrando un número importante de certificaciones como: Pacto Mundial de las Naciones Unidas; AMAPRO / ANTAD / PWC; ISO 9001:2015; Responsible Sourcing, EcoVadis; Igualdad Laboral y No Discriminación Financiera: Evaluación realizada por Dun & Bradstreet. Estas estrategias planteadas ayudan a hacer más sólida la Reputación Corporativa, con una total filosofía de calidad y con un constante reto de innovación para continuar como punta de lanza en Latinoamérica.

Otro pilar importante para la agencia COSMIC son los temas de Ética y Responsabilidad empresarial que se promueven a través del Departamento de Calidad y de Desarrollo Organizacional, creando estrategias que se comunican a través de manera electrónica, con un lenguaje sencillo de transmitir y haciendo partícipes a los stakeholders para elevar el nivel de ética y profesionalismo, lo que genera un compromiso de todos los colaboradores y en todos los niveles del Grupo.



FAVINHO DE MEL

Web: www.favinhodemel.com.br
Mail: maribel@favinhodemel.com.br
Tel: 5130613302



ACOMPañAR EL CRECIMIENTO DE LOS NIÑOS ES EL PRINCIPAL OBJETIVO DE ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL FAVINHO DE MEL

En Escola de Educação Infantil Favinho de Mel, no se tiene la pretensión de ser una gran empresa, sino de ser genuinamente valiosos para todos a quienes atienden. La satisfacción con el reconocimiento de la calidad de su trabajo es suficiente, y buscan seguir ejecutando un trabajo de excelencia en educación infantil.

Cuentan con un programa llamado «Transformando nuestro mundo» que viene a ser el proyecto pedagógico 2019 y que pretende promover un mundo mejor, idealizando acciones en las cinco áreas: personas, planeta, prosperidad, paz y asociación a través de los niños, sensibilizándolos en relación con los cuidados con sus semejantes y con el medio ambiente.



Basados en la Agenda trabajan con el bien más precioso de las familias: Sus hijos, bebés y niños hasta los cinco años de edad. Este trabajo demanda atención, educación y afecto. Están atentos a cada detalle, desde el momento en que la familia los elige hasta el momento en que se despiden de la escuela.

Para Escola de Educação Infantil Favinho de Mel, es importante medir el grado de satisfacción a través del contacto directo con sus clientes por medio de encuestas de opinión y están en permanente búsqueda de la mejor atención, diferenciada y con calidad.

Es fundamental tener una excelente gestión en todos los aspectos. Reputación Corporativa es más de lo que la imagen transmite. Es la percepción de los diversos públicos con los que la escuela interactúa hace más de 27 años, su imagen es limpia y moderna.



En permanente búsqueda de las mejores estrategias, actualmente usan exclusivamente el marketing virtual a través del sitio y de las redes sociales para comunicar sus objetivos y su trabajo. La honestidad, la transparencia y la calidad de los servicios ofrecidos, sea en: El elemento humano, espacios físicos, recursos pedagógicos ofrecidos, nutrición cariñosamente elaborada, ese es su mejor marketing.

Acompañar el crecimiento de los niños es su objetivo principal. En cuanto a su metodología, utilizan el desarrollo sostenible como base para la planificación, ya que trae una visión de mundo actual, ecológico, consciente, correcto. La ética es uno de los valores más importantes como empresa, estando acompañada de dedicación, ambiente familiar y excelencia en educación. Este valor asegura la supervivencia de la empresa, su reputación y consecuentemente, sus buenos resultados. Es el comportamiento de la empresa cuando actúa de conformidad con los principios morales y las reglas del bien.



Trabajar con ética y con responsabilidad social apalanca la calidad de los servicios, manteniendo relaciones de calidad, ejecutando procesos de calidad y ofreciendo productos de calidad.



En la escuela se practica el comercio justo, sólo con empresas legalizadas, que tengan responsabilidad social, que asuman sus compromisos con sus empleados, clientes y con el medio ambiente. La Calidad Total conlleva a la Responsabilidad Total. ¡Este es su camino!



Escola Referência em
Educação Infantil

- Prêmio Top Master 2017
- Prêmio Clave de Sol 2017 e 2018
- Prêmio Top Empresarial 2018
- Troféu The Winner 2018 e 2019
- Prêmio Latin American Quality Awards 2018 e 2019



contato@favinodemel.com.br | www.favinodemel.com.br

Favinho



Há 27 anos
transformando
nosso mundo!

contato@favinodemel.com.br | www.favinodemel.com.br





Miembro de la Coalición
Internacional Sida 

INSTITUTO PARA EL DESARROLLO HUMANO BOLIVIA

Web: <https://www.idhbolivia.org/>

Mail: direccion@idhbolivia.org

Tel: 591(4) 4118315



EN BÚSQUEDA DE LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN DE PACIENTES CON VIH

El Instituto para el Desarrollo Humano Bolivia (IpDH) fue creado en 1997 por el vacío que existía en las respuestas sociales al VIH; es una Organización No Gubernamental, sin fines de lucro, y la primera organización que introdujo la importancia del respeto a los derechos humanos de las personas con VIH como factor esencial para la prevención en Bolivia.

Trabaja actualmente con 2 Programas: **1. SidAcción:** Busca la prevención y la atención de pacientes con VIH y la formación de personal de salud del sector público privado. **2. MediAcción:** Busca formar profesores de unidades educativas públicas brindando las herramientas pedagógicas y metodológicas para la prevención del VIH, del consumo de drogas, violencia sexual y violencia en el enamoramiento.



El IpDH es una organización de la sociedad civil conformada por un equipo multidisciplinario comprometido, que tiene como base la educación, para incidir políticamente en el desarrollo de la sociedad, en las áreas de salud, medio ambiente y derechos humanos.

Las personas, la sociedad y el estado integran de manera sostenible la prevención de las enfermedades, el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente, en una perspectiva de desarrollo.

Su objetivo, consiste en aportar al mejoramiento de la calidad de vida de la población, preferentemente de las zonas populares y rurales, a través de la elaboración de planes y programas sustentados en la investigación, la promoción educativa y la acción participativa en los campos de la medicina social, el medio ambiente y los derechos humanos.



El inicio de las actividades en 1997 se basó en encuestas en la población general y en el personal de salud sobre conocimientos, actitudes y prácticas relacionadas al VIH y la sexualidad.

El IpDH elabora material educativo para la prevención de la transmisión del VIH/sida, la atención de las personas con VIH/sida, la formación de profesionales de la salud, directores, profesores de unidades educativas, alumnos y padres de familia.

También cuentan con material educativo sobre la violencia sexual, trata y tráfico de menores y adolescentes y la prevención del consumo de drogas. Brinda atención médica, psicológica y de pares a personas con VIH/sida y diversidades sexuales. Adicionalmente ofrecen servicios educativos, como seminarios internacionales, exposiciones, cursos y talleres.

Cuentan con 26 profesionales (médico, enfermera, psicólogos, pedagogos, administradores, comunicadores y contadores) en la ciudad de Cochabamba, Bolivia quienes contribuyen al funcionamiento de empresas de manera indirecta: transporte, imprenta, hoteles, compañías de aviación, construcción, mueblería y telefonía, organización de eventos, talleres, etc.

Se definen como una empresa social que actualmente recibe recursos de la cooperación internacional, pero están estructurando acciones para generar sus propios recursos, siendo ese su principal desafío.

Tienen una oferta para las empresas en el marco de su responsabilidad social empresarial, sin embargo, están iniciando ese proceso. El proyecto de RSE más importante ha sido el de Ingresar al Pacto Global en 2017, para que empresas nacionales los apoyaran con recursos económicos para continuar sus actividades sociales en la prevención del VIH/sida, la violencia sexual y drogas en particular en adolescentes y jóvenes de las unidades educativas de Cochabamba.

Sus actividades contribuyen a tres principios del Pacto Global, que se inscriben en los siguientes **Objetivos de Desarrollo Sostenible:**

ODS 3. **Salud y bien estar.**

ODS 4. **Educación de calidad.**

ODS 5. **Igualdad de Género.**

En cuanto a los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, el Instituto para el Desarrollo Humano ha trabajado esencialmente en el de Derechos Humanos y del Trabajo con actividades de prevención de la trata y tráfico de menores.

Brindar una atención de calidad y calidez, innovando el material de información que se realiza a través de la página web y Facebook, realizando investigaciones sobre las temáticas que abordan, estos son las principales actividades para satisfacer las necesidades de sus clientes, así como la transparencia y el cumplimiento de las normas nacionales e internacionales, además de la realización anual de evaluaciones internos o externos (consultorías) de las actividades y auditorías externas como norma.

Brindar buen servicio a la población e involucrarlos en la elaboración de los proyectos, actividades y evaluación de los programas es el principal desafío, involucrando a los beneficiarios directos para responder de manera eficaz.

La ética es fundamental para la organización en sus diferentes aspectos de la vida cotidiana institucional, actualmente están elaborando nuestra política de ética. Pero, ya tienen establecida la política de conflicto de intereses.

Actualmente, están diseñando un programa de Compliance que se reflejará en las políticas de ética de la organización.



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE



@LAQI_quality



laqi.quality

WWW.LAQI.ORG



RECONOCIDA ENTIDAD EN EL ESTADO DE MATO GROSSO

Amazônia Seguros es una empresa aseguradora reconocida en el mercado como una de las más importantes y con gran sentido ético y excelencia en la prestación de sus servicios.

A pesar de ser una rama de la actividad que trabaja principalmente con papeles, implementan tecnología de punta que les ha permitido aplicar el Proyecto **“Papel Cero”**, donde no imprimen nada y todos sus documentos y archivos se guardan digitalmente.

La empresa contribuye a la satisfacción de sus grupos de interés. Internamente tienen plena conciencia de valorar a sus funcionarios, por eso, los capacitan continuamente y siempre ponen como prioridad el desarrollo individual de cada miembro del equipo. Reconocen que con un equipo motivado y comprometido es mucho más factible alcanzar los objetivos de la compañía.

La interacción de la gerencia con el equipo permite una gran libertad de comunicación entre las partes, respetando y escuchando, delegando poderes de acción dentro de la empresa. Esta forma de gestión refleja resultados positivos y con gran éxito en el servicio al cliente y en asociación con las compañías de seguros. Lo que ayuda a mejorar la reputación corporativa de la compañía.





Sin lugar a duda, dichas estrategias permiten la satisfacción de sus grupos de interés, en ese sentido la capacitación, el monitoreo de acciones, los resultados con el equipo y el desarrollo del potencial individual de cada miembro generan un excelente servicio al cliente y fortalece la asociación con los gerentes de seguros. Aplicando estos métodos, han obtenido resultados altamente positivos, enfocados en los objetivos de la compañía, lo que los convierte en los mejores corredores del estado de Mato Grosso y uno de los mejores de Brasil, siendo citados como una compañía modelo por varios gerentes de seguros en el mercado.

Sobre los valores corporativos, la ética es fundamental para lograr todos los objetivos, lo que les permite tener una imagen de empresa seria y honesta, porque todos utilizan la ética en sus actividades diarias. La entidad es responsable por la generación de empleos directos apoyando a más de 30 familias.





LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE



@LAQI_quality



laqi.quality

WWW.LAQI.ORG