



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL:

El recurso más importante de la empresa es el Capital Humano

LIC. LEONARDO MARQUES

El Capital Humano en las empresas y su importancia para el éxito de su negocio
Lic. Alessandro Pimentel

Una mirada al futuro del Capital Humano
Lic. Maria Cristina Ferraz & Lic. Maribel Ferraz

¿El recurso más importante de la empresa es el capital humano?
Lic. Cristhian Alexander Sánchez Cardona

"La importancia del Capital humano en las organizaciones."
Lic. Julio Márquez Recillas

El Capital humano como ventaja competitiva
Lic. Flavio Manzoni



+12
PERFILES
EMPRESARIALES

04

PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

08

EL CAPITAL HUMANO EN LAS EMPRESAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL ÉXITO DE SU NEGOCIO
LIC. ALESSANDRO PIMENTEL

12

UNA MIRADA AL FUTURO DEL CAPITAL HUMANO
LIC. MARIA CRISTINA FERRAZ NARDI & LIC. MARIBEL FERRAZ NARDI

14

¿EL RECURSO MÁS IMPORTANTE DE LA EMPRESA ES EL CAPITAL HUMANO?
LIC. CRISTHIAN ALEXANDER SÁNCHEZ

16

“LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES.”
LIC. JULIO MÁRQUEZ RECILLAS

20

EL CAPITAL HUMANO COMO VENTAJA COMPETITIVA
LIC. FLAVIO MANZONI

22

NOTA CENTRAL

24

EL FUTURO DEL CAPITAL HUMANO
LIC. LEONARDO R. F. MARQUES

30

REPORTAJES

32

TOTALMENTE A FAVOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE APLICANDO LA FILOSOFÍA DE LAS TRES R: REDUCIR, RECICLAR Y REUTILIZAR
CR CONSULTORIA

36

CERTIFICACIÓN EN IGUALDAD LABORAL Y NO DISCRIMINACIÓN SU META PARA EL 2020
GRUPO KC

42

UN GRAN EJEMPLO DE INCLUSIÓN SOCIAL PARA EXPRESIDIARIOS
BUILDING SERVICES

44

INVERSIÓN EN ENERGÍA SOLAR PARA PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE, MEJORAR Y PROTEGER LOS RECURSOS DISPONIBLES
TECSOL

48

“ALGO QUE PUEDE SER SIMPLE PARA TI TIENE UN VALOR ESPECIAL PARA ALGUIEN”.
BYOFÓRMULA

52

COMPROMETIDOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA MEDIANTE EDUCACIÓN SOCIAL A SUS COLABORADORES
MULTIMETAL

56

TU MEJOR ALIADO PARA MEJORAR EL ESTADO FÍSICO Y LA SALUD
TUDORS CROSSFIT

60

ACOMPAÑAMIENTO A SUS CLIENTES EN LA REALIZACIÓN DE SUS EVENTOS
MAC2

62

INNOVACIÓN EN LA INGENIERÍA, PERSONALIZANDO EL SERVICIO
BORTOLAMEDI ENGENHARIA

64

SOLUCIONES SOSTENIBLES DE INGENIERÍA APLICADA A LA MINERÍA
FONNTES GEOTÉCNICA

68

CONSTRUYENDO DECISIONES QUE GENERAN SOLUCIONES
VICENTE ROMERO SOCIEDADE DE ADVOGADOS

70

LA FUERZA DE LA INDUSTRIA DE COSMÉTICOS Y SU IMPORTANCIA EN POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
KAEDO COSMÉTICOS

ÍNDICE



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC
FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

**DIRECTOR GENERAL
QUALITY MAGAZINE**
LIC. JUAN LUIS CORREA
jlcorrea@laqi.org

EDITOR
LIC. LILIANA ROA
liliana@laqi.org

EDITOR DE ARTE
LIC. THIAGO MONTANARI
thiago@laqi.org



PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenido a la edición 223 de nuestra Quality Magazine!

Siempre es un placer escribirles. En esta primera edición de 2020, traemos una novedad importante; Comenzaremos a usar el hashtag **#ParaCiegoVer** en todas nuestras publicaciones en redes sociales. De esta manera esperamos hacer que nuestro contenido sea más inclusivo y pronto tendremos más noticias sobre nuestros programas de inclusión, sin duda me comunicaré por este medio. ¡Espero que les guste!

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

Ya están definidas las ideas y los planes para los eventos 2020. Habrá 11 encuentros en diferentes países y comenzaremos el 16 de abril con Colombia Quality Summit 2020 en el Sheraton en la ciudad de Bogotá y el 30 de abril en el Sheraton Guayaquil. Si está interesado en apoyar estos eventos ayudando a impulsar el debate y mostrar liderazgo en temas importantes, póngase en contacto.

También en esta edición, preparamos el perfil de 12 miembros de nuestra organización que están muy comprometidos con el modelo de Responsabilidad Total de LAQI. Es un orgullo presentarles a nuestra comunidad de miembros y observar el compromiso público de cada uno de ellos.

Nuestro #tbt de este mes es el Informe del **Reporte Quality Summit 2019**. A través de este valioso documento, nuestros #LAQInoamericanos y toda la comunidad empresarial latinoamericana podrán aprender más sobre este conjunto de eventos celebrados en 10 países y que llegaron a más de 2500 principales ejecutivos de empresas de 15 países. Son más de 170 páginas de contenido especialmente hechas para cada uno de ustedes.

Me despido no antes de expresar mi más profundo aprecio y gratitud a cada uno de ustedes #LAQInoamericanos.

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraternal y un 2020 muy exitoso.

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC
FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

Estimados LAQInoamericanos
Los invitamos a ser los ojos de alguien más uniéndonos a la campaña de accesibilidad de contenidos para deficientes visuales usando los hashtags #ParaCiegoVer y #PraCegoVer

#ParaCiegoVer



Prezados LAQInoamericanos
Convidamos você a ser o olhar de outra pessoa participando da campanha de acessibilidade ao conteúdo para deficientes visuais usando as hashtags #ParaCiegoVer e #PraCegoVer

#PraCegoVer



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

PRESENTAMOS NUESTRO ROAD SHOW POR
LATINOAMÉRICA PARA ESTE 2020

QUALITY SUMMIT'S:

16
ABR

BOGOTÁ



28
MAY

PANAMÁ



06
AGO

ASUNCIÓN



03
SEP

SANTIAGO



30
ABR

GUAYAQUIL



11
JUN

CDMX



20
AGO

SANTA CRUZ



19
SEP

BUENOS AIRES



12
MAY

SÃO PAULO



25
JUN

LIMA



SABER MÁS

WWW.LAQI.ORG



**EL RECURSO MÁS IMPORTANTE DE
LA EMPRESA ES EL
CAPITAL HUMANO**

El Capital Humano en las empresas y su importancia para el éxito de su negocio

La Valoración del Capital Humano en las empresas es extremadamente esencial en compañías que buscan el éxito y el crecimiento. Reconocer a sus mejores colaboradores los mantendrá motivados y, de esa manera, la empresa tendrá equipos de trabajo enganchados, enfocados en el crecimiento y en el alcance de metas y resultados, resultando en enormes beneficios para la empresa.

No existe nada más importante para una empresa que las personas que forman parte de ella, aquellas que interactúan en la empresa en sinergia para generar los resultados y aumentar las ganancias de todos.

Valorar a las personas y las ideas que las rodean se llama valoración del capital humano en las empresas, y eso en los días actuales es lo que más anhelan las empresas, porque las personas pueden generar nuevas ideas, nuevos objetivos, y así, hacer crecer la empresa.

Ya no existe la idea de que el colaborador entra a trabajar a una empresa, en un departamento específico y solo cumple con la rutina determinada por su jefe, la misma que fue hecha por el jefe de ese jefe. Las empresas buscan personas que puedan colaborar, traer mejoras, ideas nuevas de cómo actuar, cómo mejorar un proceso, cómo atender mejor al cliente etc. ¡Y eso no tiene precio! Para lograr atraer a esas personas y mantenerlas, es necesario darles algo en cambio. Y ese algo tiene que ver con la valoración del colaborador, del ser humano. El logro es inmensurable, pero es fácil sentir y ver

que las mejoras van a surgir y que la empresa que hace eso valora su capital por encima de las que no lo hacen.

Entonces, valorar el capital humano en las empresas es la clave para tener un ambiente mejor, resultados mejores y, naturalmente, el funcionario más motivado y con mejor rendimiento, con alta productividad, además de una excelente atención al cliente, ambiente colaborativo y en sinergia, generando rendimientos a la empresa.

A fin de cuentas, todo el poder intelectual de los funcionarios, sus respectivas formaciones, experiencias profesionales e incluso sus atributos personales (simpatía, buenas relaciones interpersonales, proactividad y audacia) aportan para lograr un alto desempeño en los negocios, generando riquezas monetarias y no monetarias.

Esa larga y valiosa estructura profesional que cada colaborador trae debe ser capitalizada. El papel de liderazgo es saber cómo hacerlo de la mejor manera.

Gestionar el capital humano, por lo tanto, es imprescindible para que se pueda lograr extraer lo máximo de calidad posible de ese conjunto de conocimientos y competencias en los trabajos e invertir en la expansión de su potencial para un buen crecimiento.

Reconocer la importancia del Capital Humano es un importante paso en el proceso total, que co-

mienza cuando las necesidades actuales de los profesionales y de las empresas se identifican correctamente. Si antes la gente deseaba tener un empleo en el que estuviera toda su vida, hoy, por otro lado, valoran las distintas experiencias y el desarrollo de diferentes habilidades.

Los colaboradores ven a las empresas con otra mirada. Las consideran como una posibilidad, pero no como la única. En este punto es cuando se debe de poner atención, pues con la valoración del colaborador, este ya no estará preocupado en buscar nuevos espacios, desconcentrándolo de donde está, ni sufriendo el riesgo de perder a ese excelente profesional.

Juntamente con la valoración viene la motivación y el orgullo de trabajar en dicha empresa, y eso, para la empresa, se resume en dos palabras básicas para cualquier negocio exitoso: productividad y ganancias.

El funcionario motivado siente que puede hacer la diferencia en la empresa, y de hecho que sí, por eso busca hacer eso destacándose en su área a través de su desempeño, lo que favorece a la empresa. Es decir, desde todos los ámbitos, la empresa se beneficia.

Otro punto que destacar es que las empresas que cultivan la valoración del capital humano tienen una importante ventaja competitiva: la innovación. Siendo así, podrán estar siempre uno o dos pasos adelante, pues tendrán la capacidad de innovar y atender al público en lo que este demande.



LIC. ALESSANDRO PIMENTEL
Director Ejecutivo ASCM7 Inteligência

Las empresas que no valoren el capital humano estarán destinadas a perder incontinentemente y pueden llegar hasta a la quiebra total, pues siempre estarán atrasadas. La explicación más lógica es que, debido a la no valoración del capital intelectual, sus funcionarios serán robots que harán solamente lo que el directorio quiere, sin oportunidad de innovación, y se sentirán desmotivados, sin producir lo que podrían producir, sin tener performance, sin importarse con la empresa y sus clientes, sin productividad, sin ser colaborativos, resultando, como lo he mencionado anteriormente, en pérdidas. Y pérdidas incontenibles traen problemas, hasta llegar a la extinción de los negocios y a la quiebra total de la compañía.

Cuando valoras al ser humano, no estás valorando solamente el ser humano, sino todo lo que él puede producir. Las personas motivadas y valoradas poseen una fuerte tendencia a producir más, dar más a la empresa, ir por la empresa. Una empresa que valora el capital humano será valorada también y será una empresa moderna, donde todos trabajen en sinergia

Quizás la mayor lección que la valoración del capital humano en las empresas pueda pasar sea justo esta: genera más valoración para todos, para el ambiente en general, volviendo el ambiente de trabajo un lugar mejor, lo que termina trayendo beneficios también a la empresa. Y lo repito: es beneficioso para ambos lados. Pero, sinceramente, puede ser mucho más beneficioso para la empresa.

Así las cosas, si quieres que tu negocio sea siempre promisor, esté siempre al tope, alcance sus objetivos, cumpla metas, sea altamente productivo, genere riquezas y tenga ganancias, logrando seguir en el rubro año tras año, ¡debes invertir en capital humano!

En ASCM7 Inteligência, la búsqueda por inversión en capital humano es constante. El directorio está siempre atento a las novedades que surgen respecto a gestión de personas y siempre busca por maneras de mejorar esa valoración. Recientemente, en el año 2018, ASMC7 Inteligência inició un proyecto en el que los colaboradores pasan a tener la oportunidad de volverse socios de la empresa, a través de un programa que inicia con entrenamientos y análisis, en el que los mejores pasan a tener una oportunidad de entrar al cuadro societario -si tienen desarrollo-, alcanzar los propósitos de la empresa y generando ganancias a la empresa como un todo, pues entienden que nada es más justo que recompensar con parte de la empresa a aquellos que aportaron a su crecimiento.

Piensa en eso como algo que va a agregar mucho valor a tu negocio. ¡Invierte en quienes hacen crecer tu negocio!



LIC. ALESSANDRO PIMENTEL
Director Ejecutivo ASCM7 Inteligência

Há 27 anos
transformando
nosso mundo!

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



Una mirada al futuro del CAPITAL HUMANO

Un comercial de uno de los bancos más grandes de Brasil presenta «Un futuro cada vez más humano» y recuerda que «Las cosas más increíbles aún son las más humanas».

En el último Quality Festival, que tuvo lugar en noviembre en la ciudad de Foz de Iguazú, se han mencionado los cambios que ocurrirán en el escenario económico en los siguientes años en función del avance tecnológico. ¿Seremos sustituidos por robots en un futuro próximo?

El recurso más importante de una empresa es el capital humano. Las empresas funcionan como microcosmos y, así como en cualquier parte del mundo, son las personas quienes crean las condiciones favorables, nuevas circunstancias y que deciden buscar para sí y para otros la mejora de condiciones de vida y de trabajo. Son las personas los artífices de la historia. Usemos como ejemplo nuestra realidad: somos una escuela infantil y educamos a niños pequeños. Construimos el futuro cada día. Transmitimos valores, translucimos sentimientos, presentamos un nuevo mundo a personas curiosas, ansiosas por información, con sus «ventanas del conocimiento» totalmente abiertas a lo que pasa a su alrededor.

Aquí, el capital humano trasciende el tiempo y no se refiere a una persona en sí, sino a la humanidad impresa en una marca. Algunos exalumnos se acuerdan del ambiente escolar amoroso, de las actividades realizadas, los vínculos creados, no específicamente de personas.

Empatía, compasión, cultura son aspectos subjetivos y para transmitirlos es necesario tener sensibilidad. Ofrecemos un servicio personalizado, sensible a las necesidades y angustias inherentes al proceso a través de un equipo capacitado para acoger.

La puerta de entrada de la escuela puede ser una sonrisa de un colaborador que en este momento representa la empresa. Este colaborador es la liga que une la corporación al cliente final.

Nuestro capital no puede ser automatizado, las situaciones pueden ser predecibles, pero no son lineales, el proceso de enseñanza y aprendizaje exige tiempo, conocimiento, disposición y afecto, además de energía y creatividad.

A lo largo del tiempo, nos hemos convertido en una extensión de las familias atendidas, proporcionando momentos valiosos de una infancia plena y feliz.

En este contexto, el capital humano no se aprecia solo como una «moneda de cambio» o fuerza de trabajo, sino que se aprecia como la increíble capacidad humana de agregar valor y modificar su entorno a través de sus acciones.

La educación enriquece y fomenta el capital humano, siendo el enfoque de muchos gobiernos e instrumento de transformación de una nación.

**Lic. Maria Cristina Ferraz Nardi
& Lic. Maribel Ferraz Nardi**
Directoras de Escola de Educação Infantil Favinho de Mel



Valioso y vital, ¿Qué empresa no le debe su prosperidad a este recurso? a pesar de los cambios existentes sigue manteniendo su relevancia.

Todas las organizaciones sin importar el sector o el tamaño, requieren cada vez más de un equipo consolidado de profesionales que sumen soluciones y resultados para no desaparecer del mercado.

La rotación y permanencia en una organización, es un KPI que no debe ser tomado a la ligera. Lo individual y colectivo es una balanza que requiere de mucho esfuerzo y trabajo poder mantenerlo, solo es de preguntar a una organización el costo del reproceso, contratación y capacitación. Y lo frustrante que es para un líder no poder contar con un equipo completo.

Por otra parte existe una competitividad desmesurada para lograr acceder a las mejores empresas y no es capricho. Las exigencias actuales llevan a los profesionales a adquirir herramientas en tiempo record.

La academia y la industria siguen divorciadas, las aleja una brecha enorme entre el pasado y lo actual. Las innovaciones y retos del mercado son el plato fuerte del día.

A nivel mundial se logra evidenciar cuales son las mejores plazas, se puede observar el constante traslado de profesionales de un continente a otro en búsqueda de mejores oportunidades.

Sin importar cuales sean los desafíos de una organización, es de recordar que son espacios que se vuelven vitales para las personas, por el tiempo en el que permanecen, de ahí el término "mi segundo hogar".

El clima organizacional, los valores corporativos son de suma importancia, una empresa está en capacidad de destruir o construir talentos. Lo que puede germinar depende de los encargados de cada departamento... gran reto.

Hoy más que nunca el recurso humano sigue jugando un rol importante en la empresa. Escoger los perfiles adecuados no deja de ser una labor ardua, cosa que es diferente para los prospectos, tomando en cuenta las oportunidades que puedan tener, emplearse es mejor que padecer la angustia de no tener el preciado 15 y último.

Existe un placer natural de cada padre, que es ver prósperos a sus hijos. Si extrapolamos esta premisa a las organizaciones, podríamos afirmar empleados exitosos, empresas exitosas. Una analogía oportuna, aunque no muy real. ¿Cuántas empresas hoy en día, poseen en sus políticas internas el bienestar para sus empleados? O seguirán ganando el eslogan "necesario si, indispensable no"...

¿El recurso más importante de la empresa es el Capital Humano?



Cristhian Alexander Sánchez
Director Ejecutivo Visión Global Business, SAS

"La importancia del capital humano en las organizaciones."

Actualmente, ante la competencia tan feroz de productos, servicios y precios junto con el gran avance de la tecnología se hace difícil encontrar una diferenciación, es en los individuos que conforman la organización donde reside nuestra ventaja competitiva, debido a que no hay dos personas iguales.

PARA GESTIONAR DE FORMA EFECTIVA NUESTRO CAPITAL HUMANO ES IMPRESCINDIBLE:

1 Primero, tener un buen sistema de selección.

Una selección de los recursos humanos que analice los candidatos que se presentan al puesto a cubrir, averigua cuáles son sus competencias profesionales, cuáles son sus valores y en qué medida se identifican con los de nuestra empresa. Qué motivaciones tienen, su grado de implicación con el puesto de trabajo, nuestra filosofía y forma de trabajar.

2 Luego, establecer un **programa de formación continua.**

La capacidad y creatividad necesita del estímulo constante, la formación es una motivación para no caer en rutinas productivas. No olvidemos, que formar a nuestro equipo humano es apostar para obtener una mayor competencia y aumentar el rendimiento y productividad.

3 Por último, diseñar los **planes de gestión del talento.**

Es la herramienta que nos hace ser más competitivos y nos permitirá hacer frente a nuevas situaciones. Mediante evaluaciones del desempeño, desarrollar el liderazgo, diseñar itinerarios formativos, establecer planes de carrera para alcanzar nuevas competencias profesionales y aumentar el sentimiento de pertenencia.

Es necesario para la dirección de cualquier empresa asegurarse de contar con un equipo humano con las mejores habilidades, conocimientos y actitudes para tener un equipo contento, motivado y por tanto con un alto rendimiento que nos diferencia de nuestra competencia y nos hace ser los mejores para nuestros clientes.

LA INVERSIÓN EN NUESTRO CAPITAL HUMANO SE VISUALIZA COMO UNO DE LOS ACTIVOS MÁS VALIOSOS PARA LA EMPRESA, AL ESTAR TOTALMENTE LIGADA CON LA OBTENCIÓN DE NUEVOS RECURSOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS.

Lic. Julio Márquez Recillas
Quality Manager CR NOVA Security

A menos que la inteligencia artificial cumpla con todas las tareas que deben realizarse en una organización, aún necesitamos del capital humano para lograr cualquier meta organizacional en el mundo de hoy.

Mientras la economía se vuelve cada vez más en una economía basada en el conocimiento que depende de la información, conocimiento y habilidades de alto nivel, el capital humano se volverá cada vez más importante. Hoy existen compañías basadas 100% en el conocimiento donde la data y el conocimiento es clave para el éxito.

La importancia del capital humano en las organizaciones es vital. Por más que las máquinas haya reemplazado a los trabajadores en las fábricas aún se necesita del hombre para diseñar y fabricar las máquinas.



Hoy en día las máquinas (los ordenadores o robots) no pueden reemplazar la creatividad, la emoción y muchas funciones que realiza el cerebro humano. Las relaciones interpersonales que acrecientan los negocios y las posibilidades de mejora y crecimiento tampoco pueden ser reemplazadas por las máquinas.

En la sociedad del conocimiento, la economía del conocimiento también es conocida como economía del aprendizaje. La manera de gestionar el conocimiento y el aprendizaje en las organizaciones es clave para la economía actual. La manera en que las empresas gestionen el aprendizaje y el desarrollo de las habilidades de sus recursos humanos será clave para el éxito en los negocios.

En el seno de la sociedad, por un lado, tenemos el aprendizaje cultural o familiar, donde el individuo en sus primeros años de vida aprende las reglas sociales, desarrolla sus vínculos familiares, es educado en valores, comportamiento social y virtudes. En segundo lugar, se encuentra el aprendizaje académico aquel que se obtiene en la escuela, donde el individuo puede aprender y desarrollar sus primeras habilidades cognitivas. En la Universidad es donde se forja el conocimiento profesional y las habilidades necesarias para llevarlo a cabo en la práctica.

En la organización empresarial o gubernamental donde el individuo construirá su carrera profesional, aprenderá a aplicar ese conjunto de conocimientos adquiridos desde sus primeros años para lograr objetivos organizacionales y profesionales. Al tener cada empresa u organización una identidad corporativa propia y unos objetivos particulares estas deben acompañar a sus colaboradores a desarrollar los conocimientos de sus empleados con el fin de que encajen en el modelo organizacional establecido.

Referencias- fuentes.

<https://www.pimealdia.org/es/el-recurs-mes-important-de-empresa-es-el-capital-huma/>
<https://www.losrecursoshumanos.com/la-importancia-del-capital-humano-en-las-organizaciones/>



Julio Márquez Recillas
Quality Manager CR NOVA Security



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.

44 3301.9412

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

El capital humano como ventaja competitiva

Es posible que en estos días suene un poco reiterativo, hasta el punto de parecer obvio el hecho de afirmar que: «El recurso más importante de la empresa es el capital humano»; ahora bien, no por eso deja de ser un enunciado real y que su comprensión es de suma importancia.

Cuando hablamos de capital humano no solo nos referimos al recurso físico que representa la persona, sino que es necesario comprender que consigo trae un conjunto de experiencias, ideologías y conocimientos las cuales los directivos deben gestionar y potenciar para poder lograr una cohesión de estas fuerzas individuales con las organizacionales. La interacción de estas fuerzas no siempre suele darse en un escenario armónico y es allí donde se producen dualidades de criterios tradicionales de la empresa con ideas renovadoras. Esto genera una tensión creativa capaz de cambiar los paradigmas de una organización.



Desde el punto de vista teórico, podemos descomponer al recurso humano en dos facetas: la hard, que es lo relacionado con el conocimiento y la soft, basado en el comportamiento de los individuos. Ambas características pueden constituir factores claves para potenciar el éxito de la estrategia. He aquí razón por la cual los directivos deben trabajar día a día en busca de un ambiente de trabajo propicio para la innovación, la creatividad y la búsqueda de liderazgos participativos con el fin de motivar a los individuos para lograr su mejor versión. La creación de estos escenarios adecuados para el surgimiento de nuevas ideas es la preocupación central de los directivos. Obliga a las empresas a renovar los mecanismos de control y de manejo del personal para lograr mejores rendimientos. Las organizaciones que no se renuevan y no flexibilizan sus procesos son quienes no logran adaptarse al entorno cambiante y, por lo tanto, ponen en riesgo su continuidad.

La eficiencia y la eficacia de los recursos en general no se miden por su disponibilidad sino de cómo se gestionen. Sería ilógico creer que una organización puede lograr una ventaja competitiva basada en la tecnología que posee.

Decimos que es ilógico ya que por medio de recursos financieros cualquier empresa la puede imitar, no es una ventaja que pueda ser sostenible en el tiempo. La clave está en lograr un conocimiento organizacional, es decir, que una organización explote la experiencia colectiva y compartida acumulada en sus procesos y rutinas. Para ello, obviamente que se utiliza tecnología, para desarrollar sistemas de información que permiten ese intercambio de conocimiento a través de los distintos procesos. Pero la utiliza como un medio, no como un fin. Dicho esto, podemos razonar que cuanto más formal y sistemático sea el sistema del conocimiento, mayor es el riesgo de imitación. Muchos se estarán preguntando cuál es entonces el tipo de estructura que debe adoptar una organización para favorecer estas competencias. La respuesta no es sencilla, en verdad no existe un tipo de estructura mejor que otro, sino que cada empresa debe implementar aquella que mejor se adapte a su rubro, tamaño, actividad y objetivos. Pero es menester comprender que el recurso humano es aquel que tiene la capacidad de la creatividad, de la innovación y que necesita de la autonomía de acción para desarrollar el conocimiento.

Las estructuras son quienes deben potenciar estos procesos de modo que se constituyan en un factor clave para alcanzar el éxito de las estrategias y lograr obtener una ventaja competitiva.

Gestionando el cambio

Si nos remontamos a los años 1914, poco antes de la muerte de Taylor, podemos apreciar como un tal llamado Henry Ford resuelve como incrementar la productividad en las actividades de coordinación de las tareas individuales a través de la invención de la línea de ensamblaje. En ese tiempo la figura de mando era el denominado "capataz", quien se encargaba de decirle al trabajador exactamente lo que debía hacer y controlar su estricto cumplimiento. De lo contrario, era severamente castigado y siempre estaba latente la posibilidad del despido. Estos procedimientos atentaban contra la emocionalidad del trabajador. El miedo es contrario a lo que se busca en el comportamiento del individuo.

Es opuesto a la innovación y al aprendizaje. Actualmente, se prioriza la confianza en el trabajador, se lo incentiva a generar nuevos conocimientos. En cuanto a los mecanismos de control, predomina la gestión de resultados por procesos. La supervisión directa queda atrás y se incurre en un nuevo concepto: autocontrol. Este concepto logra la integración del conocimiento junto con la coordinación directa de las actividades entre los individuos. Las relaciones formales y de estructura piramidal han quedado antiguas y lentas. El nuevo enfoque de organización habla de aumentar las relaciones informales, que permitan la interacción horizontal y flexible. Este nuevo paradigma propone que estas estructuras promuevan la creación del conocimiento y lo más importante, que permitan la integración del conocimiento a través de las distintas áreas de la empresa lo cual genera resultados exponenciales para el logro de los objetivos estratégicos organizacionales.

Referencias:

- Etkin, Jorge Ricardo (2003), Gestión de la complejidad en las organizaciones, Buenos Aires, Argentina, Editorial Granica.
- Echeverria, Rafael (2000), La empresa emergente, Buenos Aires, Argentina, Editorial Granica.
- Johnson, Gerry (2002), Dirección estratégica, Madrid, España, Editorial Pearson Educación.

LIC. FLAVIO MANZONI

Gerente de Planeación y Desarrollo de Tecneco Filters Int. S.A



NOTA CENTRAL

El futuro del capital humano

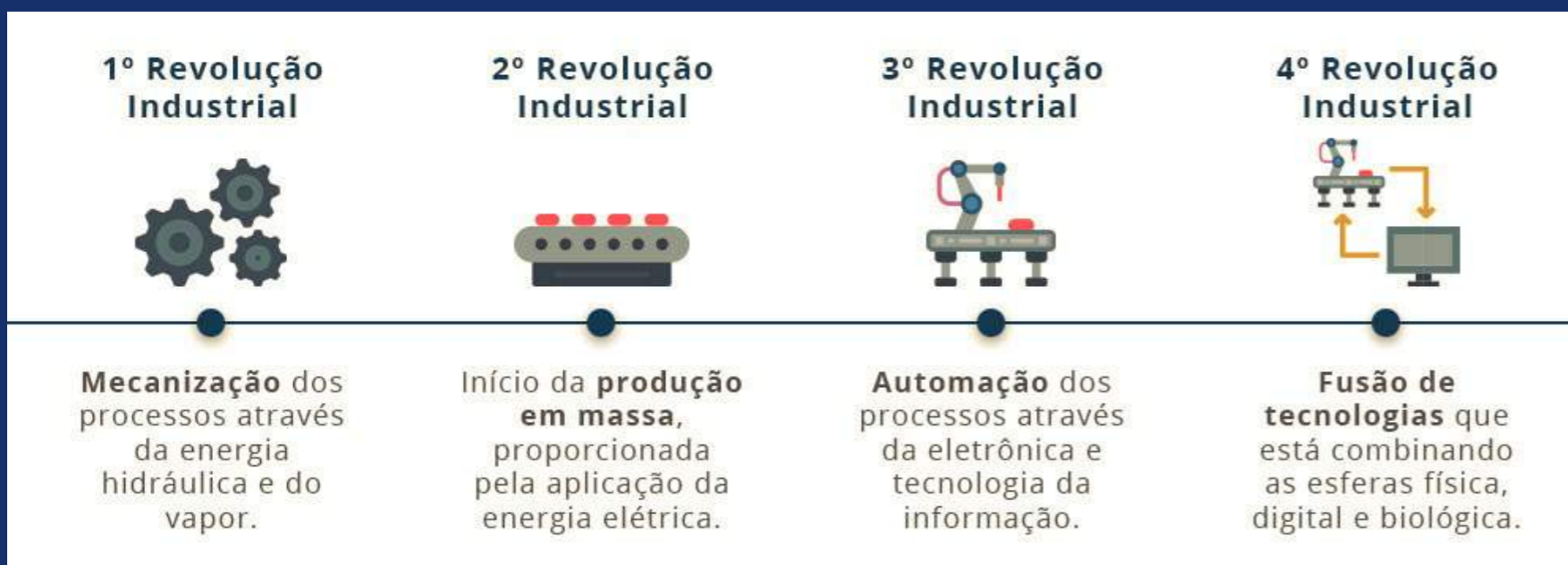
En los últimos 250 años, tres revoluciones industriales cambiaron drásticamente el mundo y transformaron la manera como el ser humano creaba valor para la sociedad. A pesar de los efectos colaterales, cada una de ellas ha proporcionado enormes cambios en las tecnologías, en el modo de pensar vigente, y ha traído una serie de beneficios para el desarrollo de la humanidad.

Ahora, en el año 2020, ya estamos viviendo la transición para la cuarta revolución industrial, que se caracteriza por la alta conectividad entre tecnologías que fueron moldeadas desde las revoluciones anteriores y por la alta capacidad de automatización por medio del desarrollo de la inteligencia artificial. Y, así como sucedió en las revoluciones anteriores - cuando el advenimiento de nuevas tecnologías, como máquinas de coser, tecnologías agrícolas y computadoras, parecían amenazar la existencia de miles de puestos de trabajo - la cuarta revolución industrial también genera mucha preocupación a la población mundial sobre el futuro del trabajo.

De esta vez, sin embargo, en vez de nos cuestionemos si las máquinas sustituirán el trabajo humano, la duda es si robots y algoritmos de inteligencia artificial podrán ocupar nuestros puestos de trabajo.

El dilema parece ser el mismo, pero la pregunta hace mucho más sentido ahora de lo que hizo en el pasado. Esto porque las computadoras no evolucionaron solamente en sus capacidades de procesamiento, almacenaje y transmisión de información. Las máquinas de hoy también son capaces de aprender sobre cualquier cosa sin la ayuda de un programador (Machine Learning), logran interpretar emociones humanas con cada vez más precisión y están interconectadas en una base de datos gigante (Big Data).

Esta capacidad, aliada a la interconectividad entre aparatos (Internet Of Things) y a los avances tecnológicos en todas nuestras áreas permiten la automatización de tareas complejas que solamente un humano conseguiría realizar hasta hace poco.



Para tener una idea de la grandeza de los cambios previstos en esta cuarta revolución industrial, un estudio realizado por la University of Oxford señala que el 47% de los puestos de trabajo existentes hoy en Estados Unidos estarán amenazados por robots hasta el 2030. En Brasil, el escenario no es muy diferente, ya que un estudio realizado por académicos de la Universidad de Brasilia (UnB) proyectó que el 54% de las colocaciones en Brasil están en riesgo.

A pesar de que los números parezcan bastantes abrumadores en primera instancia, es importante resaltar que estos estudios están considerando solamente los puestos que desaparecerán, no los nuevos que seguramente surgirán debido a los cambios tecnológicos y sociales en curso.

La complejidad de las relaciones que se están diseñando es tan grande que los estudios dedicados a proyectar con más detalles el impacto de esos cambios no son conclusivos, y varían de escenarios extremadamente optimistas a los catastróficamente pesimistas.

Para la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por ejemplo, el escenario es bastante pesimista. Ellos predicen que la tecnología elimina-



Lic. Leonardo R. F. Marques
Psicólogo, coach y especialista en Cultura Organizacional

rá cerca del 14% de los puestos de trabajo existentes, aun considerando los nuevos que se crearán en los siguientes 15 años. Sin embargo, según el informe del Foro Económico Mundial de 2018, la estimativa para el mismo período es que para cada 1 millón de puestos de trabajo eliminados, 1.75 millón de nuevas colocaciones podrán surgir.

Sin embargo, aunque no tengamos un número tan confiable para tomar como referencia, dada la complejidad del asunto y la cantidad de variables involucradas, hay un punto en el que estos estudios convergen: el valor del trabajo humano está aumentando cada vez más.

Aunque pueda parecer osado afirmarlo, ante de algunas evidencias sociales desfavorables a este argumento, como el elevado desempleo en países de América Latina, es necesario resaltar que el aumento del valor agregado está relacionado estrechamente a puestos de trabajo que exigen capacidades exclusivamente humanas.

Según el informe sobre el futuro del trabajo realizado por Deloitte, en 2019, con la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías realizando las actividades de rutina, procesales y de precisión, se amplía el espacio para que las personas realicen trabajos como los de interpretación de

informaciones, solución de problemas, creación de nuevos productos, comunicación y de servicio al consumidor, por ejemplo.

Para corroborar esta afirmación, en el último informe de Inclinaciones Globales de Talentos de 2019, de LinkedIn, las habilidades denominadas soft skills, como creatividad, colaboración y adaptabilidad, están en el tope de la lista como las más importantes para los años siguientes.

Pero esto no quiere decir que habilidades técnicas (hard skills), como programar o saber hacer cálculos complejos en planillas, estén en baja. Al revés, se están volviendo cada día más necesarias para cualquier función y ya no son diferenciales. Lo que

cambia es que, con la integración de las soft skills, el modelo de trabajo está evolucionando a los llamados Trabajos Híbridos y los Supertrabajos.

El mismo estudio de inclinaciones de Deloitte señala que Flexibilidad, Transparencia y Colaboración son las características clave que las empresas tendrán que desarrollar si quieren reinventar los nuevos trabajos que atenderán a las demandas futuras.

Por lo tanto, de nada sirve invertir en el desarrollo de un equipo o pagar caro por profesionales altamente calificados en soft skills si la cultura organizacional no está abierta lo suficiente para integrar nuevas visiones y para flexibilizar la forma de trabajar, aprender y desarrollar personas. Partiendo de esa visión, negocios enfoca-

dos en el control, en la centralización del poder y estructurados en diversas capas jerárquicas que anulan la creatividad humana deben caer en obsolescencia. Estos ambientes de trabajo no lograrán responder a los desafíos complejos que están por venir y tienden a fracasar.

Lo mismo les sirve a los líderes. En un mundo en el que somos bombardeados diariamente con alta cantidad de información, es necesario orientar a las personas desde el propósito del negocio y desarrollar la colaboración para potenciar al máximo la inteligencia colectiva de los equipos, dando oportunidad de que sean más autogestionadas y tomen decisiones de manera rápida.

Para explicar metafóricamente estos conceptos, tomemos una célula viva como la

Trabalhos comuns	Trabalhos Híbridos	Super Trabalhos
 <p>https://www.pngitem.com/pimgs/m/23-236342_accounting-accountant-calculator-free-frame-clipart-accountant-clipart.png</p>	 <p>https://www.roberthalf.com/sites/default/files/styles/full_width_content_image_1_x_small_480/public/Media_Root/Images/blog-m/hybrid-jobs-m-04-01-2016.jpg?tok=71ZhoDzi</p>	 <p>https://www.aryramos.pro.br/wp-content/uploads/2018/06/Quarta2.png</p>
<p>Funções que desempenham uma tarefa específica com um conjunto de habilidades específicas. Em geral são atividades repetitivas e processuais.</p>	<p>Combinam habilidades técnicas (<i>hard skills</i>) e habilidades humanas (<i>soft skills</i>).</p>	<p>Integram conhecimentos específicos de trabalhos comuns, um amplo domínio de tecnologia e habilidades humanas altamente desenvolvidas.</p>

representación de una empresa y su membrana como las personas que trabajan en esta empresa, su capital humano.

En una célula, la membrana es la interfaz de relación entre qué pasa dentro y qué pasa fuera. Tiene la propiedad de tener una permeabilidad selectiva, es decir, es capaz de filtrar solamente aquellos nutrientes que van a darle beneficios a la célula.

En el caso de una empresa, las personas son las receptoras de la organización, quienes filtran informaciones de mercado que pueden ser relevantes para el negocio. Más que eso, ellas también son transmisoras que propagan el propósito organizacional y reciben feedbacks en tiempo real de los clientes que pueden validar o invalidar las estrategias de negocio adoptadas.



https://www.michaelpage.pl/sites/michaelpage.pl/files/styles/large/public/5646-MP_PL_BLOG-IMG_503162782_0.png?itok=A1R2kVXY

De esta manera, cuanto más desarrollado sea el capital humano de una empresa y más colaborativo sea el ecosistema de esta, mayores serán la capacidad de comprensión del ambiente externo y a de adaptación ágil a las necesidades de los clientes, lo que permite la creación continua de valor junto a ellos y la recreación de procesos y productos.

Y para que el capital humano se desarrolle bien en la organización, es necesario tener una buena diversidad de receptores en la membrana organizacional, es decir, una alta diversidad de perfiles, géneros, etnias y generaciones que sean capaces de interpretar la realidad con más precisión y lograr generar valor para diferentes públicos.

Según una pesquisa de Harvard Business Review, tener un equipo con gran diversidad hace que las decisiones de negocios sean mucho mejores, que los riesgos de decisiones equivocadas se reduzcan y que los procesos sean más bien cuidados. Un equipo multifacético también eleva la capacidad de la em-

presa de identificación y comprensión de las necesidades de los clientes y eso, por ende, puede hacer que los equipos sean mucho más innovadores.

Por lo tanto, delante de las incertidumbres respecto al futuro del trabajo en la Cuarta Revolución Industrial, hay un elemento que permanece inalterable: este nuevo futuro será moldeado por humanos desde la observación de sus nuevas necesidades, algo que aún no puede ser hecho por robots.

Para concluir, dejo una frase de John Naisbitt, autor del libro Megatendências, que condensa este tema: «Las innovaciones más increíbles del siglo 21 no vendrán de la tecnología, sino de la expansión del concepto de ser humano».

REFERENCIAS

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/human-capital/Deloitte-future-of-work-2019.pdf>

<https://news.gallup.com/reports/226475/gallup-northeastern-artificial-intelligence-report.aspx>

http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/informeGestao_44RCT_seg.pdf

<https://hbr.org/2013/12/how-diversity-can-drive-innovation>

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-in-america-people-and-places-today-and-tomorrow>



Lic. Leonardo R. F. Marques
Psicólogo, coach y especialista en Cultura Organizacional



REPORTAJES

CR Consultoria está totalmente a favor del desarrollo sostenible aplicando la filosofía de las tres R: reducir, reciclar y reutilizar

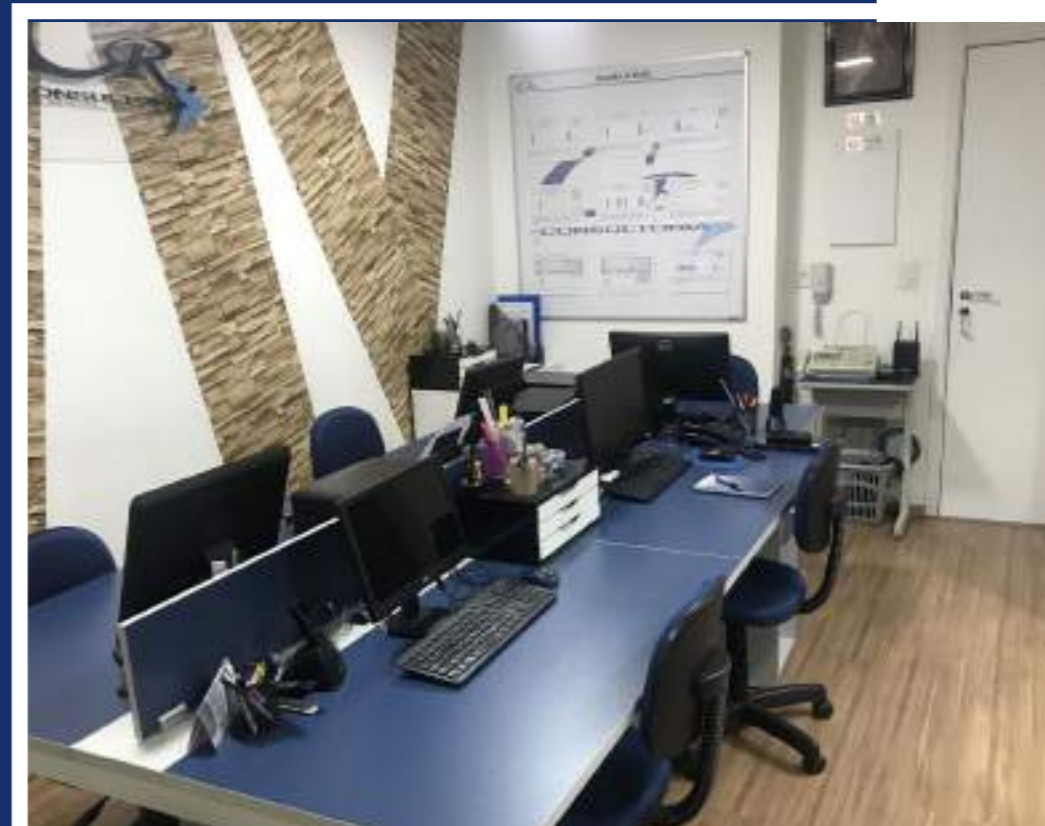
La función principal de CR Consultoria es la de asesorar a los clientes sobre la organización y gestión de sus empresas a través de herramientas de gestión, capacitación y conciencia de la necesidad de cambio y adaptación a las nuevas filosofías de trabajo en el mundo empresarial y corporativo.

Con más de 37 años en el mercado, la ingeniera Cecília Rijo, quien es de nacionalidad portuguesa, se graduó en Ingeniería Química de la Universidad de Coimbra, en Portugal, además tiene especialización en Sistemas de Gestión de Calidad enfocada en Recursos Humanos, MBA en Gestión de Personas, Cursos y Capacitación en gestión empresarial y productividad y herramientas de calidad.

Al principio de su carrera profesional, se dio cuenta de la necesidad de una calificación profesional como base para cualquier proceso organizacional. De esta manera, decidió fundar su propia empresa para proporcionar consultoría y asesoramiento a empresas y profesionales individuales, trabajando en la mejora y el desarrollo. Con la filosofía «El cambio es la única certeza», CR Consultoria comenzó sus actividades el 23 de septiembre de 2004, actuando en el área de gestión y organización empresarial, y su principal diferencial es asesorar a los clientes con los principios de cambios tanto técnicos como conductuales.

CR Consultoria se encuentra actualmente en la ciudad de São Caetano do Sul, en São Paulo, con una oficina de apoyo interno y una gran estructura para capacitación, cursos abiertos y eventos. Hoy en día, el área de operación de la compañía es amplia y sin perder el foco: "Gestión empresarial centrada en los Recursos Humanos". Trabajando en el mercado con un equipo de profesionales internos, que expresan su compromiso con el crecimiento de la empresa, apoyando las actividades y sus clientes, con el Director ejecutando y supervisando los servicios de Consultoría y Asesoría, además de contar con varios Consultores que realizan el servicio al cliente de acuerdo con las necesidades, ha ido ganando confianza y lealtad con clientes internacionales y nacionales grandes y pequeñas en distintas áreas.

CR Consultoria fue idealizada para ser una empresa innovadora en el área de Gestión empresarial y han visto la necesidad de un mercado en crecimiento. Sintiendo así la necesidad de ofrecer soluciones que permitan a cada empresa utilizar lo que sea necesario para su organización. Entienden y demuestran que el servicio



dedicado es crítico para que un cliente se concentre en los desafíos de su negocio, la salud y el crecimiento de su negocio. Mientras tanto, la empresa supervisa y garantiza el rendimiento del sistema al más alto nivel.

La compañía tenía su sistema de gestión certificado por NBR ISO9001: 2008 el 27 de noviembre de 2014 y fue renovado en noviembre de 2016. La nueva revisión de la norma, ISO 9001: 2015, se hizo obligatoria a partir de septiembre de 2018 y por razones estratégicas, CR adaptó su sistema de gestión, pero no requirió certificación.

Pese a no contar con un certificado de Responsabilidad Social, la empresa no está de acuerdo con el trabajo infantil, los procesos agresivos, el trabajo con exceso físico, etc. y respetamos los derechos de los colaboradores a través de buenas prácticas de entorno laboral y compensación de acuerdo con los estándares de la industria.

El primer programa de Responsabilidad Social incluyó una conferencia dada en 2004 en Petrobras, en la ciudad de Macaé, con más de 600 proveedores. En todos los clientes de CR Consultoria, los principios de Responsabilidad Social se implementan junto con los sistemas de gestión.

Los principios de los programas de Responsabilidad Social se implementan junto con los procesos de gestión, específicamente con procedimientos claros y objetivos del sector de RR.HH. No hay expectativas de certificación de ningún cliente.

CR Consultoria está totalmente a favor del desarrollo sostenible, y en todos los servicios existe una preocupación por el desarrollo sostenible en sus clientes, a través de principios sociales, ecológicos y económicos. La empresa aplica la filosofía de las tres R: reducir, reciclar y reutilizar, satisfaciendo las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de atender las necesidades de las generaciones futuras. Dicho proceso de desarrollo permite que los recursos no se agoten en el futuro.

CR Consultoria mantiene los procesos de gestión optimizados y enfocados en la capacitación de nuestros clientes externos y constantemente superando las expectativas del cliente. En el caso de los clientes internos, la compañía mantiene un buen clima organizacional, respeto por los procesos de capacitación individuales y constantes que permiten la calificación y mejora de las habilidades técnicas y de comportamiento que generan satisfacción. Para los proveedores, la empresa mantiene procesos de asociación respetando las condiciones técnicas y comerciales que presentan. Sin gestión, no hay análisis gerenciales, resultados, metas, planes de acción, estrategias y objetivos. Sin gestión, no se cumplen la visión, la misión y los valores. Sin administración, el trabajo diferenciado no se realiza en los clientes. Sin administración, la empresa no sobrevive.



Han desarrollado soluciones que dan como resultado la motivación, la alineación y el compromiso de las personas para lograr los mejores resultados, siempre respaldados por la planificación. Cualquiera que haya jugado ajedrez debe haberse dado cuenta de que no es posible mover a la reina en el primer movimiento del juego, debe hacer al menos un movimiento, y la mayoría de las veces el rey y la reina se mueven solo después de varias rondas cuando el jugador ya ha puesto en práctica su estrategia.

En los proyectos hay piezas como el rey y la reina, y fases que solo deben realizarse después de que se completen otras. Sin embargo, como en los proyectos no hay una fila de peones que bloqueen todas las otras piezas y obliguen al jugador a hacer un movimiento previo, algunos gerentes insisten en omitir los pasos o simplemente comenzar directamente por el desarrollo del código.

Cualquiera que haya jugado ajedrez sabe el riesgo de que el tercer o cuarto movimiento coloque a la Reina en el medio del tablero y la deje allí, y alguien que lo haya hecho una vez en inocencia nunca repite el movimiento porque la Reina inevitablemente será derrocada. Entonces, ¿por qué algunos proyectos todavía insisten en desarrollarse sin realizar pasos básicos antes de la ejecución?



Tiene que planificar, debe realizar un trabajo de análisis comercial y, al menos, debe documentar las reglas comerciales. Cuando se ejecuta directamente, sin realizar los pasos anteriores correctamente, el riesgo es muy alto de retrabajo, retraso y aumento de costos.

La ética es uno de los seis valores de CR Consultoria. Sin valores morales, integridad, postura impecable, honestidad, buena reputación, cumplimiento con el contratista dentro de las normas establecidas y la dignidad, no hay Responsabilidad Social. Es por eso por lo que la ética y la Responsabilidad Social son parte de los valores de la empresa.

CR Consultoria asegura que cumple completamente con todos los requisitos de los organismos reguladores, dentro de todos los estándares requeridos por su seguimiento, siempre de acuerdo con la identidad de la organización. El CR Consultoria, a través de su sistema de gestión, cumple y hace cumplir las reglas, el control interno y externo, las políticas y directrices establecidas, ya sea de forma voluntaria o impuestas a las actividades de la organización.

GRUPO KC

Certificación en Igualdad laboral y no discriminación su meta para el 2020

Grupo KC es un bróker de seguros con más de 37 años de experiencia dentro del sector asegurador. Su historia se remonta al año 1981, el Sr. Daniel Guzmán Vázquez funda Grupo KC Agente de Seguros, como una sociedad anónima de capital variable, con el objetivo de poder llevar la protección del seguro de vida a todos los mexicanos. Desde ese momento hasta ahora, se puede ver con enorme orgullo como ese sueño se ha vuelto realidad y ha sido compartido por todos, colaboradores y socios del negocio.

Comercializan seguros de vida, planes de ahorro, seguros de gastos médicos mayores, seguros de autos, seguros de casa habitación y seguros de responsabilidad civil. Las diferentes coberturas se pueden ofrecer de manera individual o grupal, estos últimos contratados por empresas que buscan proteger a sus colaboradores.



Es una compañía integrada por un equipo de 190 colaboradores, y más de 800 agentes, distribuidos estratégicamente en distintas oficinas corporativas, integrando 22 promotorías y 40 oficinas satelitales con presencia en el Estado de México, Guerrero, Oaxaca, Nuevo León y la Ciudad de México.

Cuentan con programas de Responsabilidad Social y se han dado a la tarea de implementar también mejores prácticas en este sentido. A continuación, mencionamos algunas de ellas.

Tienen un programa de voluntariado, en el que se integran los colaboradores para apoyar diversas causas sociales, entre las que se encuentran campaña calidad de vida y buenos momentos, carrera atlética mirando hacia afuera, día de reyes en Casa Marsh, evento en CANICA de Oaxaca, entre otros.

Año tras año aplican un autodiagnóstico en temas de Responsabilidad Social, para identificar las áreas de oportunidad que tenemos en lo económico, social y ambiental. La herramienta es proporcionada por ALIARSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por México), con el apoyo de CEMEFI.

Desde hace dos años, se han adherido al Pacto Mundial para el cumplimiento de sus 10 principios, y también están buscando implementar acciones alineadas a los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), también propuesto por Naciones Unidas.

En este año, emitirán el segundo informe de sostenibilidad tomando en consideración algunos indicadores sugeridos en las guías emitidas por The Global Reporting Initiative (GRI).

Su meta para el 2020, es obtener la certificación en igualdad laboral y no discriminación de acuerdo con la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015.

En este momento, contribuyen con cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que propone Naciones Unidas, queriendo así responder a este llamado mundial. Por ello, este año estarán trabajando en diversas acciones y prácticas de Responsabilidad Social que contribuyan a ellos.

Ya desde hace más de dos años han solicitado el apoyo de un consultor experto en temas de Responsabilidad Social (participó en la delegación que representó a México, en el desarrollo de la Norma ISO 26000 en temas de Responsabilidad Social), con quien trabajan de manera permanente.

De manera complementaria a las iniciativas que ya han implementado, buscan constantemente instaurar otras herramientas que les hagan ser más com-



petitivos y mucho más responsables con todos los grupos de interés, un ejemplo de ello es la participación en el proceso para obtener una evaluación por parte del grupo de consultores de las Mejores Empresas Mexicanas, una iniciativa impulsada por Banamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey. La empresa sabe que puede lograr impactos significativos en cada uno de ellos y sumando a lo que ya se está haciendo en todos los sectores de la sociedad para el cumplimiento de cada uno de estos 17 objetivos.

De manera particular, consideran que los mayores impactos los tienen en los siguientes objetivos: fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, igualdad de género, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico. Están contribuyendo a la satisfacción de sus clientes internos y externos impulsando acciones de diálogo con ellos, para conocer sus necesidades y poder generar una propuesta de valor importante para ellos.

Dentro de los grupos de interés internos, la compañía tiene a sus colaboradores (con sus familias), agentes y accionistas; y dentro de los externos, tienen a los asegurados, proveedores, competidores, gobierno, organizaciones de la sociedad civil, etc.



Es sumamente importante la buena gestión para la reputación corporativa, pues en Grupo KC saben de la enorme responsabilidad que tienen por «ser los mejores...para transformar vidas», como lo describen en su misión.

No menos importante es su visión del negocio: «Crecer con rentabilidad y sostenibilidad, manteniendo altos estándares de profesionalismo, servicio y productividad para ser el bróker de seguros donde los mejores Agentes quieran pertenecer», lo cual sólo es posible gracias a una clara planeación estratégica y a una apropiada ejecución, en donde se premie los procesos reflexivos de evaluación de los resultados y el cumplimiento de los indicadores que establecieron como guías.

Una estrategia muy clara es la implementación de mejores prácticas, como lo sería, tener un proceso de planeación estratégica, el cual prácticamente ya han terminado (para el 2020).

Una estrategia particular es el conocimiento de los asegurados, los agentes y colaboradores para poder tener el crecimiento en ventas proyectado, ya que gracias a ello pueden llevar protección a un mayor número de asegurados, ingresos para los agentes y socios de negocio, ingresos para la empresa que se convierten en valor para nuestros colaboradores, sus familias, sus proveedores, los accionistas y las contribuciones en impuestos y en acciones de Responsabilidad Social.



El mayor desafío es la comprensión de la “tarea que debe ser hecha” (Job to be done) como lo menciona el profesor de Harvard Clayton Christensen y por la cual el cliente está dispuesto y confiado en adquirir los productos y servicios.

La ética es uno de los pilares de su negocio, que cuenta con un código de ética y conducta a través del cual establece los lineamientos que garanticen un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de la labor de cada uno de sus miembros.

En Grupo KC, Agente de Seguros, están comprometidos por cubrir los riesgos económicos asociados a los asegurados, buscando llevar este beneficio cada día a más personas con mayor eficiencia y oportunidad.

Asumen formalmente dentro de sus operaciones y estrategias, el concepto de Responsabilidad Social como «Un compromiso de la organización hacia todos y cada uno de los grupos de interés, a través de programas y principios basados en la ética, el respeto y trabajo en equipo para lograr beneficios compartidos».

Se han comprometido de manera voluntaria y activa, en asumir la Responsabilidad Social como parte de sus actividades tanto dentro y fuera de la organización, buscando la sostenibilidad, el mejoramiento Social, Económico y Ambiental.

Han publicado su decálogo de Responsabilidad Social, alineado a la propuesta que hizo grupo AIARSE a este respecto.

Así, la empresa cuenta con un Código de Ética y Conducta, a través del cual establece los lineamientos que garanticen un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su labor.

El Código de Ética y Conducta es un manifiesto de los valores y principios de la empresa, que guían la conducta de la compañía, de quienes la integran y de quienes la dirigen.

Este documento tiene como objetivo sembrar en la actuación de cada colaborador un sentido de responsabilidad, ética y profesionalismo.

Dentro de la estructura orgánica, cuentan con cuatro comités que dirigen y le dan rumbo a al negocio:

Comité de socios: Máximo órgano de gobierno.

Comité directivo: Responsable de definir las estrategias y el plan de crecimiento de la organización.

Comité de Protección de Datos: Da seguimiento a la seguridad y protección de datos de todos los clientes de la organización.

Comité de Responsabilidad Social
Cuentan con una estructura de gobierno orgánica basada en lograr la satisfacción de la fuerza de ventas y clientes, conformada por el gran equipo administrativo, el comité de socios y los comités internos.

Además del código de conducta, cuentan con un modelo de protección de datos personal, un responsable y un comité que garantiza su cumplimiento.

Es su responsabilidad enfrentar la corrupción y eliminarla en todas sus formas, contribuyendo así al mantenimiento de relaciones benéficas con todos los grupos de interés (colaboradores, colaboradores, agentes de seguros y terceros), por lo que cumplieron los más altos estándares éticos en las acciones de negocio, evitando con ellos conflictos de intereses. Han desarrollado una política anticorrupción a la cual le dan

cumplimiento todos los colaboradores de la empresa. Esta política de Anticorrupción abarca rubros como:

- o Prohibición de Actos de corrupción
- o Programa de anticorrupción
- o Violaciones y sanciones
- o Sistema de denuncia

El tema de compliance es de mucho valor para la empresa y está siendo un tema de análisis permanente para la adopción de prácticas que nos fortalezcan en este aspecto.



Contamos con más de 200 mil clientes satisfechos.
Contamos con más de 50 oficinas de atención y servicio.
Campeones en MetLife por más de 35 años consecutivos.
Descuento vía nómina y por tarjeta de débito o crédito para que puedas adquirir grandes coberturas a bajo costo.

- Somos reconocidos por Latin American Quality Institute como la mejor empresa mexicana del año 2018.
- Apoyamos el Pacto Mundial de la ONU y a sus 17 objetivos de desarrollo sustentable.
- Contamos con certificaciones de organismos que nos avalan en la protección de tus datos personales.
- Creemos en la innovación y la autenticidad por lo que todo nuestro software es 100% original y Microsoft nos certifica.

¿Quién es Grupo KC?

Tenemos más de 40 años de experiencia en el sector asegurador mexicano, cuidando el patrimonio y los sueños de nuestros clientes al hacer llegar los beneficios del seguro donde más se necesita debido a que contamos con planes de aseguramiento personalizados de acuerdo a las necesidades familiares de protección, ahorro y presupuesto de cada uno de nuestros clientes.

Nos especializamos en desarrollar planes de protección para cualquier etapa de la vida y para cualquier tamaño de familia.

¿Cómo cumplimos nuestra promesa?

Contamos con atención personalizada a nivel nacional con una fuerza de ventas profesional, especializada y certificada ante la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas y avalada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, lo que te da seguridad de que estás siendo atendido por un asesor legalmente autorizado con la capacidad técnica y con la experiencia profesional que se requiere en seguros.

Mantener tu póliza con nosotros te permite garantizar que la protección de tu familia está en la mejor compañía Aseguradora de nuestro país. Estaremos comprometidos contigo para proteger a tus seres queridos y brindarte la atención profesional y amable que nosotros sabemos dar.

- Nuestros agentes pertenecen a la Organización Internacional a la cual pertenecen los mejores agentes del mundo.
- Estamos dentro de las 250 agencias de seguros más importantes del mundo.
- Contamos con diversos reconocimientos en calidad en seguros de vida.
- Somos una empresa certificada como EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE.
- Reconocidos como Leyenda del Sector Asegurador.
- Participamos en la toma de decisiones al ser miembros del Consejo Consultivo de MetLife.

¿Qué ganas?

Por todo lo anterior tú cuentas hoy con la mejor asesoría en seguros a nivel mundial sin costo alguno. Tendrás la facilidad de que te visites en la oficina de trabajo, sin tener que perder tiempo de traslado para realizar algún trámite respecto a tu póliza, pero si lo prefieres puedes acudir a cualquiera de nuestras 50 oficinas de atención de servicio ubicadas cerca de ti.

PROTEGE A TU FAMILIA CON EL MEJOR AGENTE DE SEGUROS. EL AGENTE KC

MetLife

Por lo tanto lo que debe tener un agente de seguros es:

1. Contar con cédula vigente por parte de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.
2. Acreditar años de experiencia en asesoría en seguros.
3. Demostrar haber obtenido reconocimientos por parte del Sector Asegurador, nacionales e internacionales.
4. Ser reconocido por la sociedad por ser una empresa que se preocupa por el bienestar de su sociedad, medio ambiente y sus clientes, que sea una empresa Socialmente Responsable.
5. Contar con una amplia red de atención y servicio.
6. Que te garantice que tus datos personales están protegidos.
7. Que se preocupe por ti y tu familia.

Líderes ayer, hoy y siempre.

BUILDING SERVICES

Un gran ejemplo de inclusión social para expresidiarios

Su principal actividad es la prestación de servicios de instalación y mantenimiento de sistemas de aire acondicionado, instalaciones eléctricas e hidráulicas. La compañía se estableció inicialmente con el mantenimiento y la instalación de sistemas de aire acondicionado, pero debido a la solicitud de los clientes aumentó su campo de operación para las áreas, eléctrica, hidráulica, automatización y otras.

Actualmente tiene programas de Responsabilidad Social corporativa generando acciones internas con los colaboradores, haciéndolos conscientes de la necesidad de preocuparse por los demás, el medio ambiente y su propio compañero de trabajo, donaciones a instituciones necesitadas, iglesias, entre otros.

Está en una fase de crecimiento, ya que están implementando esto como un diferencial para la empresa, buscando así nuevos clientes, socios e inversores.

Entre los principales desafíos está la inclusión social de personas como expresidiarios y exdrogadictos, que pasan por un proceso de resocialización, dándoles una oportunidad de trabajo y llevándolos de regreso a la escuela para ganarse la vida honestamente para su familia, además de hacerlos conscientes de la necesidad de cuidar nuestro planeta y el resultado ha sido positivo, porque hoy ya tienen en su personal supervisores, líderes, técnicos, mecánicos y asistentes.

El proyecto más importante de RSE que han implementado es la Resocialización y capacitación técnica de OI expresidiario que hoy actúa como supervisor de mantenimiento e instalación, siendo uno de sus mejores colaboradores. También implementó trabajo voluntario en su comunidad, ayudando a más familias.

En la opinión de la empresa, es esencial garantizar un futuro mejor para nuestro planeta, para que no haya más pobreza, no más deforestación o contaminación ambiental, para de esta manera tener paz y prosperidad para todos.

La calidad del servicio de sus clientes internos se convierte en satisfacción para los colaboradores y clientes externos. Debemos tener la misma calidad de servicio externo e interno, manteniendo la satisfacción de cliente para que sigan leales a la empresa; respecto a sus proveedores, les hacen comprender que los clientes también son sus clientes, por lo que deben tener una asociación satisfactoria para que el producto o servicio se entregue de modo que el cliente final esté satisfecho y, en consecuencia, vuelva a comprar.



Para el éxito de una marca o empresa, es fundamental reconocer que una buena reputación comercial, en lugar de ser un aspecto, en realidad representa un poderoso diferenciador competitivo en la elección del consumidor.

Las estrategias responsables que están llevando a cabo actualmente es cumplir con un estándar de alta calidad mediante la implementación de «hazlo como si fuera por ti» o «haz lo que quieras que se haga por ti».

Además, son responsables de parte del movimiento económico del país, a través de la creación de empleo y la colaboración con el desarrollo social. Por lo tanto, es esencial seguir reglas y procedimientos, controlando así los métodos productivos y desarrollando sus acciones de manera ética, responsable y sostenible.





Inversión en energía solar para preservar el medio ambiente, mejorar y proteger los recursos disponibles

Tecsol produce tecnologías y ofrece soluciones para el seguimiento agroindustrial, con productos que tienen la más alta calidad a nivel internacional. Sérgio Augusto Amaral, socio fundador de la empresa, siempre estuvo involucrado en el área agrícola y trabajó en una empresa del mismo rubro como soldador. Gradualmente, emigró al sector de desarrollo de proyectos, perfeccionando la tecnología que llegó, adquiriendo experiencia con la rutina de trabajo y con cursos de mejora constante. Otra condición que se fortaleció fue la relación con clientes y proveedores. Así, la creatividad y la audacia fueron factores decisivos para la inauguración de Tecsol Agroindustrial en 1995, resultado del sueño de un emprendedor.



En 2020, la compañía completará 25 años de operación, y este hito renueva la misión, que es brindar soporte técnico a productores, cerealistas y cooperativas, ofreciendo siempre tecnologías y soluciones en transporte, secado y almacenamiento de granos. En Tecsol, todos los equipos producidos por los profesionales extremadamente capacitados pasan por mejoras y pruebas constantes, de modo que la máxima excelencia llegue a cada cliente, local, regional, nacional e internacional.

El servicio se completa con la mano de obra calificada que tienen para el montaje y la supervisión técnica de cada equipo entregado e instalado en la propiedad del productor.

Más que una empresa agrícola, Tecsol Agroindustrial siempre está buscando más: tecnologías, mejoras, calidad, excelencia, cuidado, seguridad, confiabilidad, innovación y soluciones, para que pueda convertirse no solo en una referencia en el campo agroindustrial, sino también el principal aliado en el momento del productor para almacenar su cosecha.



Tecsol Agroindustrial trabaja con enfoque en el mercado agrícola, brindando soluciones para el almacenamiento y transporte de granos. Actualmente, la empresa genera 90 empleos directos y unos 60 indirectos.

Los programas de Responsabilidad Social corporativa se están implementando en 2020 precisamente porque han sentido la necesidad de buscar cada vez más no solo soluciones tecnológicas sino también para el medio ambiente. El principal proyecto para 2020 son las inversiones en energía solar, ya que es una fuente de energía limpia y sostenible que contribuirá a la preservación de la naturaleza. El sol ya acompaña a la compañía en su logotipo, por lo que durante el período en que Tecsol completará 25 años de operación, este símbolo ganará aún más importancia, lo que también marca un mayor compromiso con las prácticas sostenibles.

Preservar el medio ambiente, mejorar y proteger los recursos disponibles es lo que nos motiva. De esta manera, el Desarrollo Sostenible es una forma de dar a nuestra contraparte en la preservación, crear y alentar a otras personas y empresas a seguir el mismo camino de preservación. La satisfacción de su público interno y externo es fundamental. Por lo tanto, siempre buscan mejorar sus procesos, aportando innovaciones a su segmento, junto con tecnología y técnicas cada vez más modernas, para ofrecer los mejores productos a un precio competitivo, garantizando a sus clientes la seguridad de depositar sus productos y producciones en las unidades de almacenamiento.

La buena gestión para su reputación corporativa es extremadamente importante. La seriedad, honestidad y transparencia de Tecsol están presentes en todo lo que se hace, son valores transmitidos interna y externamente, que les permiten crecer de forma lineal, ética y responsable.

El mercado de agronegocios es extremadamente dinámico y competitivo, y la búsqueda de Tecsol es mejorar constantemente los procesos de ingeniería, tener materia prima de calidad y producción con excelencia para reducir el tiempo de entrega, beneficiando así a las partes interesadas que buscan productos de Tecsol. La capacidad de almacenar grandes volúmenes de manera segura, de calidad y confiable. Tecsol Agroindustrial cree que la responsabilidad hacia las personas es fundamental para el mantenimiento y el crecimiento del negocio, porque solo con este valor fortalecido, junto con el compromiso con los clientes, socios, proveedores y colaboradores es posible que se dé la debida importancia al mayor bien de todas y cada una de las organizaciones: las personas.

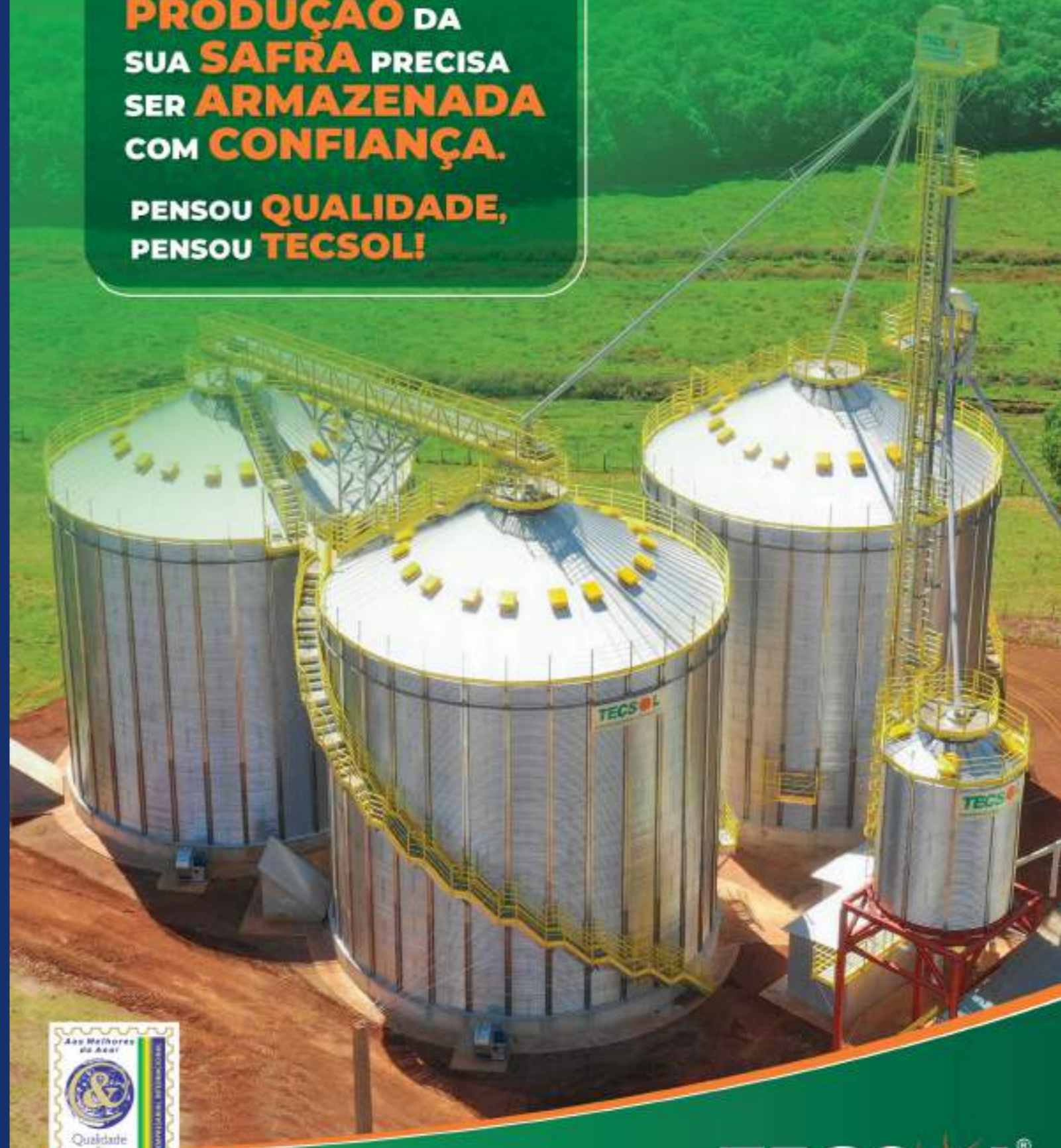
Una cosa que siempre ha acompañado cada paso de Tecsol Agroindustrial como empresa, desde su creación hasta nuestros días, es la ética. Guía cada acción tomada dentro y fuera de la empresa, precisamente para impactar positivamente a todos los que, directa o indirectamente, están en contacto con Tecsol.

Dentro de las medidas de compliance adoptadas, está la adecuación de todo lo que se produce en las reglas de conducta de la compañía, especialmente en la seguridad de los graneros. Además, es necesario enfatizar la transparencia en las acciones, el cuidado con la salud de los colaboradores, el respeto con la competencia y la priorización del respeto a la Misión, Visión y Valores que guían las acciones de Tecsol como organización, y que también debe ser seguidos por cada empleado.



**DEPOIS DE MUITO
TRABALHO E
DEDICAÇÃO, A
PRODUÇÃO DA
SUA SAFRA PRECISA
SER ARMazenada
COM CONFIANÇA.**

**PENSOU QUALIDADE,
PENSOU TECSOL!**



TECSOL

BYOFÓRMULA

“Algo que puede ser simple para ti tiene un valor especial para alguien”.

Byofórmula fue fundada en 1981, en la ciudad de São José dos Campos, y luego abrió sucursales en Mogi das Cruzes, Jacareí, Guaratinguetá y Taubaté siempre con un servicio al cliente diferenciado con productos de calidad e innovación. Como farmacia de manipulación, prepara fórmulas magistrales y preparados oficinales, brindando a los prescriptores (médicos, dentistas, nutricionistas, terapeutas, esteticistas) la oportunidad de hacer una mejor elección de medicamentos, ajustes de dosis y especialmente la mejor ruta de administración según sea necesario.

A cada paciente le brinda un tratamiento personalizado y seguro. En el año 2000, se construyó la oficina central en el barrio de Chácaras Reunidas, en São José do Campos.



Sus clientes pueden contar con farmacéuticos presentes en todas las tiendas que están disponibles a tiempo completo para monitorear y asesorar sobre el tratamiento y la prevención de la salud. En Byofórmula hay un monitoreo diferenciado para todos los clientes que tienen una receta para uso continuo, es decir, aquellos que necesitan tomar un medicamento por más tiempo. Estos pacientes pueden dejar una copia de la receta para que los colaboradores controlen el tiempo de tratamiento y se comuniquen con el cliente antes de que se acabe el medicamento, lo que facilita la adherencia al tratamiento y hace que el cliente complete el tratamiento.

Para complementar la atención diferenciada, los farmacéuticos contactan directamente a los prescriptores (médicos, dentistas, veterinarios y nutricionistas) para informarles sobre las novedades científicas y las innovaciones realizadas exclusivamente por los colaboradores de Byofórmula para que elijan el mejor tratamiento para sus pacientes. También reciben orientación sobre el cambio de leyes. Se visitan la mayoría de las especialidades médicas.

En 2013, las sucursales de Guaratinguetá, Mogi das Cruzes y Taubaté fueron compradas por los farmacéuticos que trabajaban en Byofórmula.

Byofórmula prepara medicinas magistrales y preparados oficinales para personas que valoran la salud y el bienestar, con un tratamiento personalizado y en un entorno de referencia. En Byofórmula trabajan 84 funcionarios, 3 pasantes y 5 subcontratados.



Hay empresas con las que trabajan indirectamente: Ortofarma, Ambicamp, Isometro, Labanalítica, Almeida e Porto, Jr. Ar Condicionado, Milaré, RMC Balanças, Decio Carvalho, Supriclean, FS Consultoria jurídica, União Zeladoria, Engeseg, Segtron, Anfarmag, Lookti Tecnologia da Informação, además de varios proveedores de insumos farmacéuticos, como es el caso de Fagron, Infinity, Attivos Magistrais, Galena, Vepakun, Iberoquímica, etc.

Byofórmula siempre realiza acciones sociales. En el año 2019, recibieron de la escuela Elmano Ferreira Veloso, de estudiantes interesados en conocer la industria farmacéutica, para ayudarnos a elegir una profesión. Fueron recibidos y guiados sobre la magistral farmacia y luego recibieron un delicioso desayuno.

Asimismo, la compañía tuvo participación en el evento solidario del Dr. Greice, un dentista de São José dos Campos, que dona ropa, libros, útiles escolares, juguetes, productos de higiene personal y alimentos de empresas asociadas y del público en general. El objetivo es que los niños aprendan a ayudar a los necesitados de una manera divertida. El lema es «Algo que puede ser simple para ti tiene un valor especial para alguien». Además, ya se han llevado a cabo varios proyectos en hogares de ancianos, refugios para bebés y niños, escuelas en la región.



Byofórmula tiene un proyecto llamado Byo 5+, cuyo objetivo es: «Cuidar nuestros recursos naturales con acciones de sostenibilidad e involucrar a nuestra comunidad en esta evolución».

Las acciones comenzaron con 5S y 5R, fomentando el consumo consciente y el descarte correcto de desechos, así como una mejor organización de la empresa.

Se tomaron algunas medidas como orientación sobre la disposición correcta de la basura para los colaboradores y se tomaron medidas para reducir la generación de residuos en el entorno de la empresa.

Byofórmula se preocupa por el desarrollo sostenible. Para el 2020, la compañía tendrá un sistema de uso de energía limpia (solar) que beneficie el medio ambiente.

Una búsqueda constante de líderes y colaboradores en Byofórmula tiene como meta la creación de un buen ambiente de trabajo, con un equipo que pueda proporcionar respuestas

creativas, satisfacer las necesidades de los clientes y siempre estar dispuesto a marcar la diferencia en la vida de todos (clientes, colaboradores y proveedores).

Para tener este entorno, necesita saber no solo qué piensan las personas, sino también qué sienten, cuáles son sus deseos, motivaciones y qué les gustaría ser.

La presencia de valores, conductas y proyectos virtuosos es de vital importancia, dado que generan riqueza, ajustan las elecciones, acciones y decisiones tomadas en la vida cotidiana, y son capaces de:

- Fomentar la participación de los colaboradores en las decisiones diarias
- Obtener creatividad en la resolución de problemas
- Obtener compromiso con las decisiones
- Desarrollar el potencial de las personas

La primera carta de valor ha sido escrita en 1999 y luego se produjeron otras cartas de valor. El cambio de la carta de valores siempre se realiza cuando es necesario cambiar los valores o cuando hay muchos colaboradores nuevos en el equipo.

El trabajo basado en la carta de valores es muy importante porque el equipo siempre estará motivado y podrá responder creativamente a las necesidades del cliente y lograr mejores resultados.

Su equipo directivo participa en las decisiones de la empresa y también fomenta el liderazgo y la autonomía de sus colaboradores mediante la formación de líderes educativos.

Así mismo, también se realizan reuniones periódicas con los equipos de ventas, marketing, compras, laboratorio, administración financiera y control de calidad. En estas reuniones, se definen directrices y objetivos de resultados. Para lograrlos, se llevan a cabo

megaproyectos, que involucran a colaboradores que definirán acciones con metas y plazos definidos, para lograr el resultado planificado.

El propósito de Byofórmula es «Cultivar una comunidad de referencia», por lo que las acciones de Responsabilidad Social son importantes para asegurar que este propósito esté vigente. La farmacia de manipulación sigue principalmente la legislación de Anvisa, RDC 67 de 2007, que dicta las reglas de buenas prácticas de manipulación.

Con base en dicha normativa, Byofórmula ha preparado su Manual de Calidad General, así como los Procedimientos Operativos Estándar que tienen todas las pautas necesarias para garantizar un proceso seguro y rastreable, de acuerdo con los requisitos de las agencias de inspección.



MULTIMETAL

Comprometidos con la Responsabilidad Social Corporativa mediante educación social a sus colaboradores

Multimetal se dedica a la fabricación de cerramientos de alta seguridad y antivandalismo para empresas de telecomunicaciones. Comenzó sus actividades en febrero de 2002, como cerrajería, fabricando puertas, rejas y automatización en portones residenciales.

En un principio, el socio, el Sr. Uziel, quien era responsable de la fabricación y las instalaciones con la ayuda de un funcionario, siendo también el encargado de las áreas administrativas y de marketing. En ese momento, la divulgación fue hecha por panfletos y entregó de casa en casa y en los semáforos, se extendió con pancartas y se fijó en postes y árboles por todo el vecindario.

Como no podían pagarle a una secretaria para que contestara las llamadas de los clientes, comentan que pusieron en la línea telefónica un marcador electrónico, que automáticamente transfería las llamadas de los clientes al teléfono celular de su socio, el Sr. Gesiel. Él contestaba las llamas y muchas veces se encontraba cerca de la casa del cliente, y en una fracción de minutos ya estaba realizando el presupuesto correspondiente. Con eso, hizo una diferencia en el servicio.

En el año 2010, el Sr. Uziel ha desarrollado un prototipo para proteger los bancos de baterías para los operadores móviles. Antes de ofrecerlo al cliente, se han patentado las ideas, aprobadas por el área de seguridad de los operadores y, luego, recibieron la homologación. Hoy, Multimetal se especializa en la protección antivandálica y presta servicios en todo el país, a operadores telefónicos, redes bancarias, canales de televisión y línea minorista, y genera aproximadamente 350 empleos directos e indirectos.

El proyecto de RSE más importante que han emprendido fue una acción en asociación con CIPA, se recolectó una tonelada de alimentos y se donó a dos abrigos.

Multimetal utiliza de manera inteligente su materia prima, dando prioridad al manejo de las sobras. La compañía asegura que dicho material no se acumule en el almacén. Todas las sobras se reutilizan para fabricar componentes e insumos de productos.



Todos los colaboradores que manejan máquinas de soldadura y máquinas CNC trabajan con seguridad, usando tapones para los oídos, guantes, gafas, máscaras, delantales y botas de seguridad. También reciben instrucciones y cursos de manejo de herramientas adecuados periódicamente.

Para reducir la suciedad y la contaminación dentro de la fábrica, Multimetal adoptó el sistema de evaluación 5s (Sentido de uso, Sentido de organización, Sentido de limpieza, Sentido de salud y Sentido de autodisciplina) para el control. Esta evaluación se realiza semanalmente y se evalúan todos los sectores de la empresa.

Contribuyen a la satisfacción de sus clientes y proveedores estableciendo una proximidad saludable quien asegura que todo saldrá bien durante su ciclo en la empresa. Preservar la reputación corporativa es muy importante



para Multimetal. Por esta razón, se adoptó un modelo de gestión adaptado a los problemas encontrados en la vida cotidiana. Por lo tanto, los gerentes toman decisiones y establecen pautas en el acto de los eventos, es decir, los casos son estudiados individualmente, para que ninguna de las partes termine perjudicada.

La Compañía actualmente cuenta con dos socios, quienes necesitan resultados satisfactorios y exigen el crecimiento de la organización. Por lo tanto, la meta es alcanzar los planes de crecimiento interno en el mercado en donde opera, metas para los sectores y colaboradores, una fuerte inversión en el negocio y postventa para servir a sus clientes de manera más asertiva.

A Multimetal está muy preocupada con la Responsabilidad Social Corporativa, por lo que ha tomado algunas

medidas para cumplir con los requisitos de responsabilidad. La organización cuenta con programas de donación para instituciones sociales, el uso de productos menos contaminantes que reducen el impacto en el medio ambiente, educación social para sus colaboradores -como conferencias, cursos, capacitación- entre otros.

La compañía también trabaja con un sistema ERP integrado para todos los sectores de la organización, con el objetivo de cumplir con los requisitos laborales, fiscales, contables, financieros, ambientales, legales, de seguridad social, ética, etc. Las pautas son el cumplimiento de la ley reguladora junto con la cultura organizacional y las políticas internas. De esa manera, los principales desafíos terminan siendo la alineación de varios sectores en una sola línea de razonamiento.

CRIANDO SOLUÇÕES



Independentemente da necessidade do seu negócio, nós temos sempre a solução mais completa e adequada para suas demandas.

- Produtos e Serviços -



Tu mejor aliado para mejorar el estado físico y la salud

Tudors Crossfit es una empresa que se dedica a la prestación de servicios de fitness y bienestar para mejorar el estado físico y la salud de sus clientes.

Al iniciar sus actividades en marzo de 2017 con una estructura mucho más pequeña que la actual, en su primer año fue necesario duplicar el espacio.

Actualmente, la empresa genera aproximadamente 19 empleos directos e indirectos.

Como proyecto de Responsabilidad Social y Ambiental, la compañía utiliza grifos con temporizador, inodoros inteligentes y advertencias para concientizar y reducir el consumo de agua entre los usuarios.



En la parte social, la compañía trabaja con campañas frecuentes para recolectar alimentos, juguetes y ropa según la estacionalidad. Lo que recaudamos se dona a instituciones necesitadas.

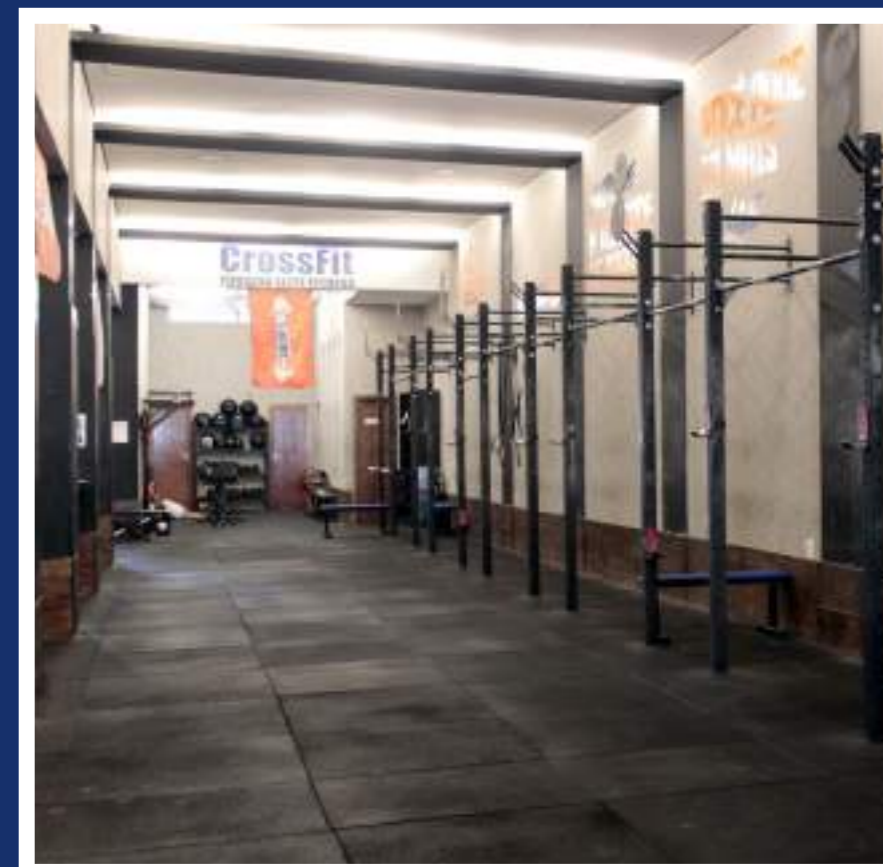
La empresa busca la conciencia de los estudiantes sobre el ahorro de agua y fomenta una menor producción de residuos. También usan solo papeles reciclados con el sello FSC (Forest Stewardship Council). Tudors Crossfit siempre realiza encuestas de satisfacción del cliente para mejorar la prestación del servicio. Tenemos una relación clara y transparente con los estudiantes basada en el compromiso, la responsabilidad y la confianza en el servicio. Están siempre al pendiente de honrar sus compromisos con los proveedores. También cuentan con un programa de relación de premios, estando siempre abiertos a opiniones.

La gestión corporativa es muy importante porque siempre pueden seguir las reglas y normas que crean un estándar de excelencia en la prestación de servicios. Tienen una buena relación con todos, incluidas organizaciones gubernamentales, reguladores y competidores.



La compañía se basa en la ética con el objetivo de una relación clara y transparente con sus estudiantes, basada en el compromiso, la responsabilidad y la confianza, así como la calidad de los materiales y servicios que brindan. Además, buscan tener un plan de consumo consciente para ahorrar recursos naturales, porque en su producto más grande, la venta, buscan el bienestar en la vida en general, en la salud y en el medio ambiente.

La empresa sigue una serie de reglas y procedimientos a las que deben pautarse sus colaboradores con un excelente estándar de calidad, por lo que estandarizan y motivan al personal a seguir los pilares para un servicio excepcional.



Acompañamiento a sus clientes en la realización de sus eventos

Es una empresa especializada en eventos sociales y corporativos, que proporciona tecnología actualizada para sonido, iluminación, carpas, estructura de escenarios, equipos de diseño de escenarios, proyección de pantalla grande, robot LED de seguimiento de LED y efectos especiales.

Promueven soluciones completas en la realización de eventos, ofreciendo la comodidad de nuestra prestación de servicios desde el diseño del proyecto hasta la implementación de la estructura planificada. Su equipo de profesionales está capacitado y puede priorizar la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, sus servicios han estado convirtiendo deseos y sueños en eventos reales y exitosos.



Además de esto, han contribuido a una relación basada en la asociación con sus clientes. El enfoque será proporcionar estructura y equipo técnico, orientado a las necesidades personalizadas de cada evento. Con base en la comprensión de las expectativas de cada proyecto, comenzaron a desarrollar soluciones alineadas con las tendencias del mercado dentro del segmento de sonido, iluminación, ambiente, entre otros.

Es una de las empresas que es bien vista por los clientes, proveedores e incluso competidores, ya que valoran el buen servicio, ya sea en cualquier perfil de cliente que busque una empresa confiable que respete sus necesidades dentro de un evento.

Ya han realizado grandes proyectos, desde eventos de caridad (que nos aportan buena energía y nos llenan de vida hasta grandes eventos de marca, lo que demuestra la confianza y seguridad de nuestra empresa en el mercado para su realización. Lanzamiento de grade Band, 30 años de Cacau Show, Escenografía para grabación deportiva automática Globo), Comitê Parraolímpico Brasileiro, entre otros.

La empresa ha contribuido a la satisfacción de los clientes y grupos de interés, conociendo el perfil de nuestro cliente, así como compren-



diendo la necesidad de exigirlo para un determinado tipo de evento. Tener empatía en este momento es crucial, ya que sueñan que los proyectos diseñados por sus clientes, lo que brinda seguridad en el evento.

Actualmente se encuentran muy satisfechos con sus clientes externos e internos, desde el agradecimiento y bienvenida, ya que muchos de sus clientes los contactan, llenos de necesidades y dudas, y tratan de elaborar su proyecto juntos, para que puedan acordar lo que sería factible o realmente necesario para el evento.

La reputación corporativa para MAC2 Produções es muy importante ya que piensan que la administración refleja un buen servicio, un cliente feliz y un colaborador especialmente feliz. También cabe resaltar que conocer el perfil del cliente, comprender las estrategias de los competidores observando sus debilidades

y fortalezas, dimensionar el mercado y la definición del público objetivo.

Pueden fortalecer su reputación corporativa combinando todo con la necesidad del mercado, la planificación y la ejecución de la estrategia de ventas y servicio.

Hacen hincapié en el código de ética de la empresa basado en nuestra misión, visión y valores, ya que creen que refleja la cultura de la organización junto con las prácticas diarias, trabajando de manera sostenible y siempre luchando por mantener juntos el perfil de Responsabilidad Social al mercado de eventos.

En general, esto contribuye incluso al desarrollo profesional y personal de cada colaborador dentro de la corporación, brindando armonía dentro de nuestro entorno de trabajo y, como resultado de un buen servicio con excelentes resultados dirigidos a al público objetivo.

BORTOLAMEDI ENGENHARIA

Innovación en la ingeniería, personalizando el servicio

Es una empresa especializada en proyectos viales de intersecciones y rotondas de acceso, cuya filosofía es poner a disposición del mercado proyectos que incluyan eficiencia, agilidad, innovación, tecnología y economía. Ofrece soluciones de ingeniería que buscan, sobre todo, la satisfacción del cliente con la armonía más perfecta entre la técnica empleada y los ahorros logrados.

Su misión es satisfacer las demandas de los clientes con excelencia, ofreciendo soluciones en proyectos viales, luchando por la calidad, la agilidad y la eficiencia técnica y económica, a fin de generar resultados rentables e impactar positivamente a la sociedad.



A lo largo de sus más de 6 años, Bortolamedi Engenharia es reconocida por la calidad del servicio prestado, siempre buscando innovaciones constantes en el sector, contando con la experiencia de su personal técnico.

El proyecto más grande que han emprendido hasta el momento es la Solución técnica para un tramo de la Autopista Estatal con duplicación de carriles y calles laterales, integrando el paisaje urbano con la autopista, valorando la seguridad de los usuarios.

Contribuyen en la satisfacción de sus grupos de interés asesorando al cliente desde el comienzo de la solicitud de viabilidad de acceso a las autopistas estatales y federales hasta la aprobación final de los proyectos con la agencia, ayudando a obtener la documentación necesaria para el progreso del proceso, siempre respetando la ética y la transparencia.

La satisfacción del cliente externo e interno se refleja al saber que está comprando un producto en el que se han evaluado varios escenarios, presentando la mejor opción con el mejor costo beneficio.

Bortolamedi Engenharia entiende que es esencial tener una relación entre ambas partes para fortalecer la relación, y que se sienten felices de caminar juntos, para así mejorar la reputación corporativa.

Las estrategias responsables que han adoptado son principalmente invertir en la satisfacción de sus grupos de interés, tener una relación más estrecha en la relación mutua y tener un servicio personalizado para satisfacer mejor las características y necesidades de cada cliente.



Han usado las fortalezas a su favor a medida que mantienen una relación proactiva con nuestros grupos de interés, identificamos sus necesidades e intereses y, por lo tanto, permitimos y mantenemos al personal actualizado sobre las preocupaciones de todas las partes.

Desde el comienzo de sus actividades, han tratado de caminar al lado de la ética y todos sus preceptos, siguiendo todas nuestras etapas de trabajo.

Actualmente, en el mercado, los clientes buscan empresas que irradian confianza y trabajo serio. Bortolamedi tiene en sus principios transparencia, seriedad y buenos modales, por lo que no perjudica ninguna conducta ética interna o externa para consolidar la imagen de referencia en el mercado.



FONNTES GEOTÉCNICA

Soluciones sostenibles de ingeniería aplicada a la minería

Fonntes Geotécnica es una empresa reconocida por la calidad técnica empleada en sus proyectos. En las encuestas realizadas periódicamente por su departamento comercial, se puede constatar la satisfacción de sus clientes, por lo que consideran que están creciendo a pasos agigantados.

Han desarrollado proyectos de ingeniería aplicados a la minería, brindando soluciones sostenibles para una de las principales ramas de desarrollo del país y responsables del 5% del PIB nacional. Consideran que todos los trabajos son de la debida importancia, pero destacan las innovaciones tecnológicas que están aportando al sector minero, con discusiones constantes sobre nuevas metodologías para la eliminación de desechos de minería seca o alternativas que favorecen el desarrollo sostenible de esas instituciones.



Contribuyen a la satisfacción de las partes interesadas buscando implementar innovaciones tecnológicas y subsidios en todas las fases del proyecto, teniendo dentro de sus estructuras físicas la base para un servicio completo, como el centro de tecnología de mecánica de suelos, pruebas de campo, equipos modernos, inversiones constantes en tecnología y calificación de la fuerza laboral. Con respecto a sus clientes externos, la razón principal de su existencia es que aspiran a superar sus expectativas ofreciendo productos de alta calidad, siempre en relación con los estándares actuales y los debates sobre los temas abordados en los estudios y análisis realizados en la fase de elaboración de los proyectos. En cuanto al cliente interno, sus colaboradores han realizado inversiones constantes para calificar a la fuerza laboral. Trabajan con un modelo de gobernanza horizontal, por lo que se esfuerzan por el desarrollo de nuestros proyectos de manera multidisciplinaria, donde el conocimiento es extenso, independientemente de la experiencia de cada empleado, lo que permite su mejora y el crecimiento constante de su satisfacción profesional.

Para Fonntes, es fundamental contar con una gestión eficiente y la proximidad a cada uno de nuestros grupos de interés para garantizar que la comunicación sea efectiva y que todos tengan plena seguridad y satisfacción al caminar con ellos. Cuando todos participan en el proceso, es más probable que desarrollen productos, servicios y procesos que realmente aborden las demandas. Operan de manera sistémica, controlando sus procesos, con el objetivo de lograr la satisfacción de sus grupos de interés, manteniendo un canal de comunicación abierto y proactivo con ellos. Comunicación combinada con un trabajo tenaz, comprometido y perfilado a los objetivos de los clientes internos y externos, siempre atentos



intereses y percepciones de las partes interesadas en la empresa para que todos puedan participar y colaborar en los proyectos y objetivos establecidos. Vivimos en un mundo dinámico, en constante transformación, por lo que tener un canal de comunicación abierto permite fluidez y gestión participativa. En el mundo corporativo actual no se tiene tiempo que perder, el proceso de información se realiza de forma remota y, por lo tanto, la empresa debe estar atenta a los constantes aportes, realizando su análisis e incorporación de las políticas de la empresa.

Consideran la ética como uno de sus valores centrales y, por lo tanto, enfatizan que sus compromisos asumen intrínsecamente esta directriz. También son conscientes de su Responsabilidad Social, que se atribuye a los productos y servicios desarrollados por empresa, que operan en todo el país y en América Latina, y por lo tanto, han desarrollado una política de favorecer y desarrollar las regiones de operación de la compañía, como la contratación mano de obra local y calificación, a la vez que promueven proyectos sociales que permiten el desarrollo en las regiones donde operan y apoyan a aquellos cuya experiencia requiere calificaciones específicas. En este caso, el aporte es financiero en la mayoría de las veces.



Creen firmemente que su compromiso como institución va más allá de sus puertas y, por lo tanto, al asumir estos principios como valores de su empresa, la aplicabilidad será segura y garantizada. Durante el trabajo con los grupos de interés, medirán el resultado y harán todo

lo posible para lograr los objetivos, que se consolidaron en el plan de servicio, incluidos los servicios que han contratado, así como la influencia real de nuestra empresa con el medio ambiente en cuál estaremos insertando.



FONNTES
G E O T É C N I C A

- ◆ Empresa brasileira, atuante na América Latina, com foco no desenvolvimento de projetos de engenharia aplicada a mineração.
- Bases em princípios sustentáveis e compromisso com a qualidade.
- ◆ Estrutura verticalizada, desenvolvendo todos os subsídios aos projetos, desde levantamento topográficos, sondagens e ensaios de laboratório.
- Empresa atual, diversificando-se constantemente, com foco na excelência, redução de incertezas e ampliação de qualidade.
- ◆ Desenvolvimento de projetos de barragens, pilhas de estéril (dumps), estudos de cava, modelos hidrogeológicos e estudos ambientais.
- Presente em grandes empreendimentos de mineração no mercado brasileiro.
- ◆ Respeito ao prazo e garantias técnicas são elementos intrínsecos em todos os projetos.




FONNTES
G E O T É C N I C A

VICENTE ROMERO SOCIEDADE DE ADVOGADOS

Construyendo decisiones que generan soluciones

Vicente Romero es una empresa brasileña independiente de servicio completo que opera en una plataforma multidisciplinaria y es capaz de generar beneficios para el cliente, de forma personalizada. Es fruto de la idealización de Daniel Vicente Romero y Lucas Vicente Romero.

Con experiencia legal desde 2009, el despacho fue fundado en 2013, adoptando un modelo de Sociedad de Abogados en 2016, y ha estado creciendo de manera estructurada, integrada y sólida.

Brindan un excelente servicio al sector privado brindando asesoramiento especializado sobre área Civil, Comercial, Laboral, Seguridad Social, Fiscal y Administrativa, contando con 14 empleos directos y decenas de empleos indirectos.

En cuanto a los programas de Responsabilidad Social cuentan con un código de conducta y manual de procedimientos, con implementación de compliance simple e intuitivo. El principal desafío es dejar el material completo y simple al mismo tiempo, porque para actuar de manera correcta y eficiente no puede haber mucha burocracia.

Hoy, actuar con sostenibilidad deja de ser una opción para convertirse en un factor estratégico en política corporativa. Esto significa que los objetivos sociales van de la mano con objetivos económicos, por lo que no es suficiente trabajar en algunos proyectos sociales.

El primer paso se refiere al cambio cultural en los procesos de la organización, combinando las acciones sociales con el propósito natural de una empresa, que es generar ganancias. Para hacerlo, se necesita minimizar riesgos trabajando de manera sostenible y ética.

La empresa contribuye a la satisfacción de sus necesidades internas y externas partiendo de una comprensión profunda de los segmentos en los que opera, como resultado de una cuidadosa planificación que mantiene a su equipo actualizado y hace que su nombre sea sinónimo de competencia y credibilidad ganando proyección y prominencia al reconocer los resultados que presentan. Mucho más allá de la objetividad y precisión requeridas por su área de especialización, ofrecen comodidad, seguridad y confianza a nuestros clientes a medida que priorizan el desarrollo y valoran una relación sólida y duradera.

En su buena gestión para la reputación corporativa siempre están buscando ofrecer un trabajo dinámico y audaz, buscando soluciones prácti-



VICENTE ROMERO
— ADVOGADOS —

cas y conducción rápida, segura y seria, unificada con un perfil joven e innovador, pero adecuando las necesidades de cada cliente, con el objetivo de imponer el modelo de gestión más moderno.

Dentro de las estrategias responsables que están llevando a cabo para la satisfacción de las partes interesadas está el poder superar la permanente crisis social y económica; construir un ambiente donde reine la cooperatividad empresarial; aumentar la ventaja competitiva y enfrentar el mercado cada vez más exigente; construir decisiones que generen soluciones de beneficios mutuos; crear valor para la empresa, con mayor retorno de sus inversiones en forma de beneficios sociales y financieros; promover mejoras continuas en su imagen reputacional; y crear un sentido de pertenencia con sus colaboradores y partes interesadas, generando así un espíritu colectivo. La incorporación del concepto de Responsabilidad Social da a los colaboradores aún más sentido de pertenencia a la empresa, ya que se sentirán parte de algo más grande, generando significado por las actividades que realizan.

Para los líderes que persiguen un objetivo superior, pueden cimentar una cultura ética, promoviendo un alto nivel de compromiso de sus grupos interés. Valorán a las personas y sus talentos y toman decisiones que tienen como objetivo establecer relaciones confiables, asegurando la integridad de la empresa. El resultado es un éxito duradero y el mayor beneficiario es nuestra sociedad.

Entienden que la Responsabilidad Social es un tema muy relevante, que debería ser parte de la planificación de cualquier negocio moderno que quiera ser sostenible, sostenible y rentable.



A força da indústria de cosméticos e sua importância em políticas de sustentabilidade e responsabilidades sociais

Kaedo Cosméticos es una empresa fundada en el año de 2008, ubicada en Teresópolis, región serrana del Estado de Río de Janeiro. Creada con bases sólidas de evolución en el mercado brasileño, la empresa ha notado que no había marcas de cosméticos nacionales que estuvieran al mismo nivel de calidad de las marcas internacionales, por ello, la empresa implementó una propuesta ambiciosa de revolucionar y acabar con el monopolio internacional.

Con un conjunto de productos que sobrepasa las centenas de artículos, los cuales están volcados a profesionales del sector de belleza. La empresa tiene presencia en más de 60 000 salones de belleza en todo Brasil y un know-how internacional, con exportaciones de sus productos a otros continentes.

A lo largo de estos más de 10 años de mercado, Kaedo ha priorizado dos factores importantes. El primero de ello es brindar a sus clientes productos de alto desempeño, con excelente costo-beneficio, líneas que ofrecen a los profesionales de belleza increíbles resultados prácticos y accesibles. El segundo factor es proporcionar una atención de primer nivel a cada uno de sus clientes, atendiendo y aclarando las dudas que se puedan presentar sobre la marca y sus productos.

Actualmente, el sector de belleza está entre los diez principales segmentos de venta por menor en Brasil y el mundo. Además, la Asociación Brasileña de Industria e Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos (Aihpec) ha divulgado en su Anuario de 2019 que solo el año pasado se lanzaron más de 7000 productos. Además de eso, fueron 125.7 mil empleados que la industria ha generado. Junto a ese mercado, el gran movimiento en el consumo de productos de higiene personal, Kaedo Cosméticos, está invirtiendo bastante, sin ahorrar esfuerzos, para mantenerse en el enfoque nacional & internacional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Una de las metas de Kaedo Cosméticos es la preservación de la materia prima básica para la producción de sus productos. Empeñándose siempre en la mejora continua de la calidad de vida de la población y del medio ambiente, la empresa considera esencial apoyar acciones sociales que aportan bienestar y una íntegra realización personal. Por ello, está invirtiendo en proyectos sociales, culturales, ambientales, deportivos y eventos ligados a la belleza.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Kaedo pasa por un periodo de gran evolución en su línea de productos, por ello, se ha destacado en el mercado cosmético como una estructura organizacional de punta. Uno de los proyectos de la empresa para el año 2020 es iniciar la construcción de su fábrica propia. Actualmente, la empresa ha llegado a tener más de 200 empleados directos e indirectos, siendo que en Brasil se tiene más de 300 distribuidores activos con la representación de Kaedo Cosméticos.

PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para empresas como Kaedo, la Responsabilidad Social puede ser vista como una estrategia más para mantener o aumentar su rentabilidad y potenciar su desarrollo. Esto se explica al constatar más concientización del consumidor, quien busca por productos y prácticas que generen mejora al medio ambiente y a la comunidad. Kaedo Cosméticos cree que todas las empresas deberían tener programas de Responsabilidad Social, pues estos tienen como objetivo el bienestar de todos, tanto de los funcionarios que conforman la organización como las personas que comercializan los productos y líneas de la marca.



PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOSTENIBLE

Reducir el impacto ambiental es una de las responsabilidades más importantes de una empresa. Gran parte de los productos de Kaedo llevan el concepto «free», es decir, sin parabenos, sin sulfatos y no son probados en animales. Además, la marca prioriza no dispensar insumos en la producción de sus líneas para evitar gastos innecesarios que afectarían el sector financiero, así como el mal empleo de las materias primas. Desde su fundación, Kaedo Cosméticos siempre tuvo como prioridad utilizar productos naturales, evitando procesos químicos que agredan a las personas, a la sociedad o al medio ambiente.

El Desarrollo Sostenible es una de las prioridades de Kaedo Group. Por eso, su inversión y actuación se dan con enfoque en su principal característica: desarrollar productos cosméticos de alta performance y concepto «free» (productos libres de sustancias tóxicas a los seres humanos y al medio ambiente). De esa manera, la marca lleva un mensaje de concienciación a las personas sobre la importancia de preservación biológica, utilizando productos con la misma calidad y excelencia exigidas por el mercado.

OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

La empresa cree que el bienestar de las personas y del medio ambiente es primordial para una vida saludable. Las personas están más conscientes sobre el mundo más sostenible, por ello, priorizan organizaciones que piensan de la misma manera. Las consecuencias del impacto ambiental son cruciales para la vida humana. La Naturaleza ha contestado a la altura respecto a las atrocidades que ha sufrido a lo largo de los años por mano del hombre. Con la llegada de la internet, millares de personas están conectadas en tiempo real con las redes sociales y siendo «portavoces» y hasta «justicieros» en defensa de un bien común a todos. La naturaleza y los animales han sido objetos de defensa de las personas que no aguantan ver más tragedias en todo mundo. Las personas quieren vivir de manera tranquila y saludable, y Kaedo tiene la Responsabilidad Social de llevar hasta las personas productos que generan valor y beneficios.

COMPLIANCE - PRINCIPALES DESAFÍOS Y DIRECTRICES

A futuro, la empresa pretende implantar un programa de compliance para que Kaedo conquiste nuevos horizontes y nichos de negocios, y pueda calcular riesgos que comprometan la estructura de la organización, tener una cultura empresarial firme, además de una mejor protección respecto a la reputación de la marca en el mercado y frente a sus clientes.

Además, la empresa prioriza estar legalmente al día con las leyes vigentes en el país para que pueda comercializar sus productos con total aprobación de los organismos fiscalizadores. Todas las líneas de la Kaedo son evaluadas con sello de calidad para que sus clientes tengan conciencia y clareza que los productos pueden ser utilizados con total seguridad.





**THE N° 1
BRAZILIAN
STRAIGHTENING
KERATIN**

FROM BRAZIL TO THE WORLD





**BE AN
ENTREPRENEUR
IN YOUR COUNTRY**

ANY DOUBTS? SEND US AN EMAIL

kaedo@kaedo.com.br

CONTACT US

DIV. EUROPEAN - SOUTH KOREA - JAPAN - AMERICA		+55 21 2641-4188
		+351 937225671 +55 21 97954-2866
		+852-5541 3491



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 7733
E-MAIL: INFO@LAQI.ORG
WWW.LAQI.ORG

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!

