



QUALITY

MAGAZINE

TEMA: ODS 5: ODS 5: ALCANZAR LA IGUALDAD DE GÉNERO IMPACTANDO EN LA SOCIEDAD

NOTA CENTRAL

OURO FINO: HACE MÁS DE CIEN AÑOS ENVASANDO AGUA, CUIDANDO DE LA NATURALEZA Y EMPODERANDO MUJERES

LIC. LOURDES SILVA

GERENTE DE RH E JURÍDICO NA ÁGUAS OURO FINO



IGUALDAD DE GÉNEROS - UN ÉNFASIS A LA IMPORTANCIA Y A LA LUCHA FEMENINA

Lic. Adriana C. V. BRANDALISE

ODS 5: ALCANZAR LA IGUALDAD DE GÉNERO IMPACTANDO EN LA SOCIEDAD

Lic. Ana Cristina Campelo De Lemos Santos

EMPODERAMIENTO, IGUALDAD Y JUSTICIA ENTRE GÉNEROS

Lic. Cledson Bernardo

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER Y AUMENTO DEL FEMINICIDIO

Lic. Mariana Vilela

CADA UNO DEBE PONER DE SU PARTE PARA QUE SE CUMPLA EL ODS 5

Lic. Hector Ayala

+12

PERFILES EMPRESARIALES

04

PALABRAS DEL PRESIDENTE

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

08

IGUALDAD DE GÉNEROS - UN ÉNFASIS A LA IMPORTANCIA Y A LA LUCHA FEMENINA

LIC. ADRIANA C. V. BRANDALISE

10

ODS5: ALCANZAR LA IGUALDAD DE GÉNERO IMPACTANDO EN LA SOCIEDAD

LIC. ANA CRISTINA CAMPELO DE LEMOS SANTOS

16

EMPODERAMIENTO, IGUALDAD Y JUSTICIA ENTRE GÉNEROS

LIC. CLEDSON BERNARDO

18

EMPODERAMIENTO DE LA MUJER Y AUMENTO DEL FEMINICIDIO

LIC. MARIANA VILELA

20

NUEVOS RETOS NUEVAS EMPRESAS

LIC. NANCY VARGAS

24

CADA UNO DEBE PONER DE SU PARTE PARA QUE SE CUMPLA EL ODS 5

LIC. HECTOR AYALA

28

NOTA CENTRAL

26

OURO FINO: HACE MÁS DE CIENTO AÑOS ENVASANDO AGUA, CUIDANDO DE LA NATURALEZA Y EMPODERANDO MUJERES

32

REPORTAJES

34

RESPECTO, EXPERTISE & CONFIANZA

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA

38

NOTICIAS DE CALIDAD, VERAZES Y EXCLUSIVAS

PORTAL DO GENEROSO

40

COMPROMETIDO CON EL ODS 5, APOYANDO LA EDUCACIÓN EN SU PROYECTO DE RSE

CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA

46

EL DESARROLLO ECONÓMICO DEBE PROMOVER LA ADOPCIÓN DE UNA VISIÓN ESTRATÉGICA

FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL “FUNCIPRO” E ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA “FUNCIPRO” SRL

50

SU PRINCIPAL FUERZA ES SUMINISTRAR UN BUEN SOPORTE TÉCNICO Y ADENTRO DEL PLAZO

PERU ENGINES S.A.C.

52

UN SUEÑO DE CUIDAR QUE SE VOLVIÓ REALIDAD. «YO NO ELEGÍ LA NEUROPEDIATRÍA, SINO QUE ELLA FUE LA QUE ME ELIGIÓ», DICE FERNANDA SILVA CUSTÓDIO.

CLÍNICA REIKILIBRE

56

PRESENTE EN EL MERCADO PARA TRABAJAR CON DIFERENCIAL

CINTIA SOUZA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

60

ALCANZAR EL ÉXITO CON LOS CLIENTES ES ALGO QUE COMIENZA CON LOS FUNCIONARIOS

LEADSOLUTION

66

JUNTOS SIEMPRE SOMOS MÁS FUERTES

GUINO E MOTTA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

68

AMBIENTAL SEM LIMITES A CONSCIÊNCIA SOCIOAMBIENTAL A SERVIÇO DA POPULAÇÃO

KAPA PAVIMENTAÇÃO

70

INVIRTIENDO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, APRECIANDO POR LO BIEN DE LAS PERSONAS

PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS LTDA

74

EL REINTEGRO SOCIAL SU GRANDE PROYECTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

GRUPO CALA PERÚ

ÍNDICE

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenido a la edición 225 de nuestra revista Quality!

Siempre es un placer escribirles. En esta edición de marzo, celebramos ampliamente el Día Internacional de la Mujer y presentamos un tema importante como eje temático; ODS 5: Lograr la igualdad de género impactando a la sociedad. Sabemos que el tema tiene un impacto en todos los países miembros de LAQI y deseamos desde este espacio contribuir con contenido de calidad para enriquecer la percepción sobre el tema.

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

También durante el mes de marzo, comenzamos a lidiar con la pandemia de coronavirus que está impactando fuertemente a los países de la región, así como a la comunidad empresarial. Sabemos que nuestros miembros están completamente informados sobre la situación, sin embargo, queremos colaborar y [hemos creado nuestro propio blog sobre el tema](#). Siempre recomendamos buscar información en los medios oficiales y el aislamiento social como una forma de prevenir la propagación del virus y prevenir el colapso de los sistemas de salud.

En esta edición preparamos el perfil de 12 miembros de nuestra Organización que están muy comprometidos con el modelo LAQI de Responsabilidad Total. Es un orgullo presentarle a nuestra comunidad de miembros y observar el compromiso público de cada miembro.

Comparto nuestro Informe de los [Quality Summit 2019](#). A través de este valioso documento, nuestros #LAQInoamericanos y toda la comunidad empresarial latinoamericana podrá obtener más información sobre este conjunto de eventos celebrados en 10 países que llegaron a más de 2,500 altos ejecutivos de empresas en 15 países. Hay más de 170 páginas de contenido especialmente elaboradas 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 fraterno abrazo,

Daniel Maximilian Da Costa, DHC
Fundador y CEO
Latin American Quality Institute



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



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

Estamos tomando esta iniciativa en momentos excepcionales, dados los terribles impactos de COVID-19 en las comunidades y economías de todo el mundo. La urgente necesidad de responder a esta crisis es precisamente la prioridad.

La Calidad Total, la Sostenibilidad, la Ética y el Cambio Climático y sus impactos significativos y crecientes en nuestra vida diaria siguen siendo una amenaza existencial y una crisis urgente en sí misma. Exigen una acción colectiva global sin precedentes entre todos los segmentos de la sociedad en los años y décadas venideros. Mientras hagamos nuestro mejor esfuerzo para continuar nuestro trabajo, le deseamos salud y bienestar en este momento tan desafiante.

¡Mantente a salvo!

www.laqi.org/coronavirus

LAQI / COVID-19

COMPROMETIDA COM INFORMAÇÕES VERDADEIRAS

f v y t @ in

NOTÍCIAS LINKS DE INTERESSE CONTACT

Q



Português

¿Cómo lavarse las manos?

Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



Mójese las manos con agua;



Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;



Frótese las palmas de las manos entre sí;



Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



Enjuáguese las manos con agua;



Séquese con una toalla desechable;



Sírvase de la toalla para cerrar el grifo;



Sus manos son seguras.

An aerial photograph of a city at dusk. The sky is a mix of deep blue and light purple, with some clouds. The city is filled with buildings of various heights and styles. The CN Tower is prominent on the left side. The city lights are beginning to glow, and the streets are visible with some traffic. The overall scene is a vibrant urban landscape.

ODS 5: ALCANZAR LA IGUALDAD DE GÉNERO IMPACTANDO EN LA SOCIEDAD

Igualdad de Géneros - Un énfasis a la importancia y a la lucha femenina

ACVB ADVOCACIA trabaja a lo largo de los años buscando la justicia social para todos los géneros. Capacita su equipo con diversos profesionales conectados al rubro del Derecho Social, juntamente con profesionales que cuidan la seguridad del trabajo y la contabilidad que imprescindiblemente administran el despacho, el cual está conformado por profesionales de ambos los sexos.

Nuestro enfoque está basado en el mejor servicio y, en ese contexto, en el mejor beneficio a nuestros clientes dentro de nuestra área, la Seguridad Social. Nos basamos en la Responsabilidad Social, la Ética Profesional, en un Código de Conducta de Servicio a diversos perfiles de clientes, así como en la calificación de los profesionales para un mejor contexto y resultados.

Cuando me invitaron a mí, Adriana Carvalho Vieira Brandalise, a escribir sobre este tema, no pude dejar de sorprenderme, dado que a ese es el tema del 5º objetivo de los ODS, que nos remite a la igualdad de género, tema base de dos monografías de las cuales soy autora (una en mi formación en Derecho y otra en la especialización de Historia de Brasil).

Así, les dejo un breve resumen de la lucha del sexo «frágil» que sigue y seguirá siendo base de la sociedad en que vivimos.

La mujer, a lo largo del tiempo, busca su rol en una sociedad patriarcal que, por fuerza de muchos movimientos, viene transformando su manera de ver a la mu-

jer integralmente y su fuerza ante el trabajo, la cultura, la economía y la sociedad. Algunas cosas ya son tan comunes en nuestra vida diaria que ni siquiera llegamos a notarlas o nos detenemos a pensar en ellas. Ir a la universidad, votar o simplemente tener derecho a un seguro de salud que nos permita la licencia maternidad por adopción, por ejemplo, que son derechos femeninos actuales, que fueron arduamente conquistados a lo largo de los años. Fue necesaria mucha lucha y acción de mujeres fuertes y de carácter inigualable para dichas conquistas.

La primera base fue el lanzamiento de la Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana, por Marie Gouze. Ella deseaba que las mujeres tuvieran los mismos derechos y deberes que los hombres. El panfleto Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana, escrito en 1791, convocaba a las mujeres a la acción. Entretanto, en 1793, a Olympe (Marie Gouze) la asesinaron con guillotina por cuestionar los valores de su época.

En Brasil, las niñas conquistaron el derecho a estudiar más allá de la primaria (actual enseñanza básica) en 1827, teniendo todavía un currículum escolar diferente respecto a los hombres. En 1879, finalmente, han conquistado el derecho de entrar a la Universidad. El acceso a la educación es uno de los principales recursos para la emancipación de las mujeres, antes apartadas y pertenecientes solamente a la esfera doméstica.

La conquista del voto femenino en Brasil ocurrió en el año 1932 y apenas algunas mujeres ganaron el derecho de votar. En la época, apenas mujeres autorizadas por los esposos, viudas o solteras pudieron ir a las urnas. La principal referencia de esta lucha es la bióloga Bertha Lutz, uno de los fundadores del Partido Republicano Femenino. Afirmaba que votar no era un privilegio, y sí un deber, y que no debía haber distinción de género.

Desde 1937, a las mujeres no se les permitía practicar actividades como luchas, fútbol, salto y béisbol. Las reglas solo se modificaron en el año 1965.

En 1945, la Carta de las Naciones Unidas reconoce el derecho a la igualdad entre hombres y mujeres.

La creación de la píldora anticonceptiva en 1961 fue una conquista de Margaret Sanger, enfermera y sexóloga, a quien actualmente se le considera como la creadora del término «control de natalidad». Margaret creía que las mujeres no tendrían los mismos derechos que los hombres mientras no fueran libres sexualmente. Quería que le fuera posible a una mujer tener el control de su cuerpo, decidiendo si quería o no tener hijos. Tras la inserción de la mujer en el mercado de trabajo - con la autorización de su esposo (hasta 1962), los derechos laborales no contemplaban sus condiciones especiales. Con la implementación y perfeccionamiento de la CLT (Consolidación de las Leyes del Trabajo), hoy la mujer tiene derecho a la igualdad salarial, licencia-maternidad y garantía de empleo durante la gestación. Dejo, a continuación, algunos puntos de reflexión al lector.

Fue solamente a fines de la década de 70, precisamente en 1977, que la disolución de matrimonio se volvió una realidad. Se tra-

taba de una reivindicación del movimiento feminista y que causó mucha controversia en esa época. Hasta entonces, las personas casadas seguían teniendo un vínculo jurídico hasta el fin de sus vidas. Hasta esa fecha, la separación solo era autorizada en casos de adulterio, intento contra la vida, injuria grave o abandono voluntario del hogar. Era posible hacer el pedido de «separación», pero el vínculo matrimonial permanecía. La Ley del Divorcio dio posibilidad a las personas de casarse nuevamente. Y solo la Constitución de 1988 trajo el derecho al individuo de poder casarse y divorciarse cuántas veces quisiera. Hasta el año 1988, la familia se caracterizaba por el matrimonio entre un hombre y una mujer y sus hijos. Con la nueva Constitución, deja de ser aceptada solo la unión matrimonial y se empiezan a abarcar otros arreglos, como madres solteras y uniones homoafectivas.

En el año 2002, el Código Civil Brasileño, de acuerdo con el art. 1565 § 1º, otorga el derecho a la mujer de usar o no el apellido del esposo, siendo que ese caso se extiende también al hombre. Hasta 2003, solo el hombre era el responsable de la familia. Con la redacción del nuevo Código Civil, el poder familiar pasa a ser del esposo y de la esposa.

En 2003 las madres adoptivas tuvieron derecho al sueldo-maternidad, aún en casos de adopción, según lo establecido por la Medida Provisoria 619/2013. Con base en la analogía y en la igualdad de derechos entre hombres y mujeres establecidos por el inciso I del art. 5º de la Constitución Federal, la jurisprudencia entiende que la persona que adopta (sexo masculino) que logre bajo juicio la guardia judicial, también tendrá derecho a la licencia-maternidad en los términos de la ley.



LIC. ADRIANA C. V. BRANDALISE

ABOGADA EN ACVB ADVOCACIA PREVIDENCIÁRIA E TRABALHISTA

En 2006 fue creada la Ley Maria da Penha, reconocida por la ONU como la tercera mejor ley del mundo. Desde su creación, la violencia contra la mujer, ya sea doméstica o intrafamiliar, pasó a contar con penas más rigurosas a los agresores.

En 2015, fue sancionada, por la entonces Presidente brasileña Dilma Rousseff, la Ley del Femicidio, considerando delito infame el asesinato de mujeres a causa de discriminación de género o en virtud de violencia doméstica. La ley trajo una alteración para el Código Penal, previendo la acción como homicidio calificado. El tiempo de la pena puede ser mayor en algunos casos específicos, como en los casos de femicidio contra menores de 14 años, adultas mayores, gestantes o mujeres en el trimestre posterior al parto. Esa ley se ha creado para que se tomen medidas más rigurosas respecto al alto índice de violencia contra la mujer en Brasil.

Así, vemos que, en el paso de los años, varias medidas se llegaron a tomar. Algunas se cumplen, otras no y otras, aún, la legislación, la sociedad y la cultura tendrán que modificar. Sabemos que la división de tareas doméstica, la crianza de los hijos no es igualitaria, y existen muchas mujeres criando hijos solas y con la cabeza cada vez más alzada. Es necesario ponerle fin al sexismo en la escuela, en el trabajo y en la sociedad como un todo (el mundo no está dividido entre hombres y mujeres, es paritario).

Sabemos que la distribución salarial no es igualitaria. Hay casos del 20% (veinte por ciento) pudiendo llegar a 30% (treinta por ciento) menos de renta solamente por ser del sexo femenino.

Y principalmente tenemos que buscar una sociedad que estudie, luche y busque el fin de la violencia doméstica, con el fin del pre-conceito de géneros y con el total respeto a la capacitación intelectual de la mujer. Ése es el empoderamiento que toda mujer, toda niña debe tener.

De esa manera, la Responsabilidad Social y la forma como tratamos con respeto el ser humano hacen que el trabajo desempeñado por nuestro despacho sea de manera igualitaria a todo ser humano que viene en búsqueda de nuestros servicios, sean estos mujeres, hombres, deficientes físicos, transgéneros o personas menores incapaces representados por un ente familiar, independiente del color, raza o sexo. Esa Responsabilidad Social es un tema de extrema relevancia que nos hace modificar nuestra forma de pensar y de trabajar, además de todos los días exigir nuestra adecuación a los cambios del mercado de trabajo, a los cambios que advienen de las leyes, para finalmente ser exitoso, respetado y comprometido dentro de la sociedad actual, según sus cambios sociales, políticos, económicos y principalmente reales.

Referencias Bibliográficas:

ALMEIDA, J. S. de. Mulher e educação a paixão pelo possível. São Paulo: UNESP, 1988.

ALVES, P. Kant e o feminismo. In: FERREIRA, M. L. R. O que pensam os filósofos sobre as mulheres. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 1988.

PERROT, Michelle. Os Excluídos da História, Operários, Mulheres e Prisioneiros. Tradução de Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

PRIORE, M. D. (org.) História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2006

FARAH, Marta Ferreira Santos. Gênero e políticas públicas. In.: Estudos Feministas, Florianópolis, 12(1): 47-71, janeiro-abril/2004

PINTO, Celi Regina Jardim. Uma história do feminismo no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003

Constituição Federal 1988

Código Civil Brasileiro de 1916 e de 2002.

O QUE TE IMPEDE DE ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS?



TÂNIA ZAMBON,
COACH DE EQUIPES
Nº 1 DO BRASIL
PELO RANKBRASIL RECORDES

Tânia Zambon é empresária, autora de 6 livros, estrategista de negócios e gestão empresarial, além de Master Coach e autoridade em comportamento humano no Brasil, e já transformou a vida de mais de 500 mil pessoas em todo mundo.

O Instituto Tânia Zambon tem sedes em Gramado/RS e Rio de Janeiro/RJ com escritórios em Portugal e nos Estados Unidos.

CONHEÇA OS PRINCIPAIS TREINAMENTOS:

- Coaching Executive Business (Gestão empresarial e de pessoas)
- PNT InPulse (Técnicas de PNL)
- Universidade de Negócios
 - Celebration Power Life (Desenvolvimento pessoal)
 - Master Coach Business

Leader Training Experience
LISBOA



Coaching Executive Business
LONDRINA



PNT InPulse
GRAMADO



Master Coach Business
ORLANDO



Celebration Power Life
RIO DE JANEIRO



Universidade de Negócios
VALE DO SILÍCIO



Tânia Zambon
O MUNDO INTEIRO EM SUAS MÃOS

f /TaniaZambonOficial @ /taniazambonoficial y /taniazambon
in /company/taniazambon in /in/taniazambon (54) 3905.3800
✉ contato@taniazambon.com www.taniazambon.com

ODS5: Alcanzar la igualdad de género impactando en la sociedad

Alcanzar la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas: este es el 5.º de los 17 Objetivos para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). La meta forma parte del compromiso asumido por 193 países durante la cúpula de las Naciones Unidas, que se ha realizado en 2015. En ella, se definieron, además de los objetivos, 169 metas para alcanzar el desarrollo sostenible del mundo hasta 2030.

Igualdad de género significa que hombres y mujeres deben tener los mismos derechos y deberes. También conocida como igualdad sexual, esta es considerada la base para la construcción de una sociedad libre de prejuicios y discriminaciones, y para la existencia de un mundo más pacífico y próspero, con equidad de oportunidades. Y la búsqueda para alcanzar todo eso incluye el combate expreso a problemas como la exploración sexual y las prácticas, como los matrimonios forzados y prematuros, así como la mutilación genital.

Pero la realidad aún está lejos de ese ideal. En África Subsahariana, Oceanía y Asia Occidental, las niñas aún enfrentan barreras para entrar tanto a la escuela primaria como a la secundaria. Mujeres del Norte de África ocupan menos de una a cada cinco puestos pagados en sectores que no sean la agricultura.

En Brasil, las investigaciones señalan que seguimos siendo uno de los países cuya igualdad de género tiene mayor desfase en el mundo. El 'Informe sobre Desarrollo Humano', levantado por las Naciones Unidas en 2017, muestra que en nuestro país las condiciones de vida para el sexo

femenino no son favorables. Reciben alrededor del 25% menos que los hombres en trabajos semejantes a los de ellos.

Otro punto que defiende ONU es la necesidad de garantizar la plena y efectiva participación de las mujeres y la igualdad de oportunidades para el liderazgo en todos los niveles de la tomada de decisión en la vida política, económica y pública. Hoy, aunque haya una participación más efectiva, la representatividad aún ésta lejos de lo ideal en todo el mundo y, más aún en Brasil.

Poca representatividad política

Según el mapa «Mujeres en la Política: 2019», un informe de la ONU y de la Unión Interparlamentaria, en el ranking de representatividad femenina en el Parlamento, Brasil ocupa la posición 134 de 193 países investigados, con 15% de participación de mujeres. Son 77 diputadas en un total de 513 sillones en la Cámara de Diputados, y solamente 12 senadoras entre los 81 puestos.

Una campaña del TSE (Tribunal Superior Electoral) que se ha vehiculado durante el mes de marzo en todo el territorio brasileño busca incentivar las mujeres a participar de la vida política y que sean candidatas a cargos públicos. La Ministra de la Mujer, de la Familia y de los Derechos Humanos, Damara Alves, informó que el gobierno federal va a lanzar una campaña, en los moldes del TSE. El objetivo es que todas las ciudades tengan al menos una concejal, pues cerca de 1,4 mil municipios de Brasil no tienen una mujer en su Cámara.

Respecto a la violencia, las mujeres también repiten la lógica de la desigualdad. El informe divulgado el 4 de marzo por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Plan Internacional y ONU Mujeres muestra que la violencia en contra de las mujeres y niñas aún es frecuente en el mundo. En 2016, mujeres y niñas representaban el 70% de las víctimas de tráfico de personas, la mayoría para exploración sexual. El mismo año, una en cada 20 niñas de 15 a 19 años – alrededor de 13 millones – fue víctima de violación.

En Brasil, acorde con las investigaciones del SUS (Sistema Único de Salud), cada 7 minutos se registra una denuncia de violencia contra la mujer. Las investigaciones señalan que Brasil es el 5º país con mayor número de feminicidios en el mundo. Informaciones del Sistema de Atención Nacional y Derechos Humanos muestran que hubo un total de 46.510 denuncias en el último semestre del año de 2019.

La directora-directiva de UNICEF, Henrietta Fore recordó que hace 25 años los gobiernos del mundo se comprometieron con mujeres y niñas, pero apenas cumplieron parcialmente la promesa. «Aunque el mundo haya reunido la voluntad política para enviar a muchas niñas a la escuela, ha fallado lamentablemente al no otorgarles las habilidades y la ayuda que necesitan para no solo decidir sobre su propio futuro, sino también para vivir en seguridad y con dignidad», declaró.

Transformaciones lejos de lo ideal

El hecho es que, a pesar de tantos esfuerzos mundiales, aún hay mucho por hacer. De acuerdo con el ranking de la ONU, ningún país en el mundo habrá alcanzado la igualdad entre los géneros hasta 2030. Aún entre los líderes de la evaluación, las naciones

nórdicas, ninguna de ellas alcanzará las metas previstas en 14 de los 17 objetivos de la ONU.

Entre los 129 países que compusieron el ranking, Brasil se quedó en 77.º puesto en América Latina, detrás de Uruguay (32.º), Chile (39.º), Costa Rica (44.º), Argentina (47.º), Paraguay (55.º), Colombia (57.º), Ecuador (58.º), Panamá (63.º), México (64.º), Perú (66.º) y Bolivia (68.º).

«Pero, con solo 10 años hasta el plazo final para los resultados, nuestro ranking estima que ninguno de esos países está transformando sus leyes, políticas y presupuesto público en la escala necesaria para alcanzar la igualdad de género hasta el 2030», explicó Alison Holder, directora del Medidas Igualitarias 2030 (Equal Measures 2030), una asociación de la ONU con el sector privado.

Es decir, pese a los esfuerzos y avances mundiales, aún hay mucho por hacer para que las mujeres y niñas en nivel mundial hayan alcanzado igualdad de derechos, participación económica y política, para que se construya un mundo más justo y sostenible.



ANA CRISTINA CAMPEOLO DE LEMOS SANTOS

ABOGADA

Empoderamiento, igualdad y justicia entre géneros

Para que tengamos igualdad de género hoy, debemos promover los principios de empoderamiento de las mujeres, tratando a todos los colaboradores de manera justa. Para quienes creen que el empoderamiento femenino es un cliché o algo que respecta solamente a las mujeres, te digo esto: trata al ser humano con justicia e igualdad y no necesitaremos hablar sobre ello en el trabajo, en las calles, en la sociedad.

Quizás, en el futuro ya no será necesario tocar este tema, pero hoy se hace imperativo un entendimiento mayor sobre lo que eso de hecho representa, sobre todo para las empresas. La gran mayoría declara que no existe discriminación en contra de las mujeres, pero los hechos muestran una realidad muy diferente.

Tener una fuerza de trabajo diversificada, con diferentes experiencias y habilidades, mejora los resultados de la empresa. Ese hecho ya fue ampliamente comprobado por diferentes estudios. Sin embargo, necesitamos aún educar a las empresas para que ellas, en la práctica, den oportunidades iguales a los géneros y adopten una política más justa a todos los seres humanos.

Para ello, sugiero algunas acciones:

Establece metas para la diversidad de género

El empoderamiento de las mujeres en la fuerza de trabajo no ocurre solamente con la contratación de más mujeres. En la realidad brasileña, actualmente, las mujeres son las que ocupan casi mitad de

los puestos iniciantes. Pero es durante las promociones para cargos más altos que las mujeres son constantemente dejadas atrás.

Si analizamos solo los cargos de gerencia, el porcentual de mujeres revela que la balanza no está equilibrada:

38% de los gerentes son mujeres.

34% de los gerentes o directores seniores son mujeres.

29% de los vicepresidentes son mujeres.

23% de los vicepresidentes seniores son mujeres.

22% de los ejecutivos de nivel C son mujeres.

Para mejorar la posición de las mujeres en las empresas, el primer paso es establecer una meta para aumentar la diversidad de género y continuar definiendo esas metas hasta alcanzar la paridad de género. Promover a las mujeres para alcanzar números iguales de género en todos los niveles no es la respuesta. Es necesario preparar a las mujeres en su fuerza de trabajo instituyendo iniciativas femeninas en la empresa, para que estén listas para la siguiente etapa y puedan tener éxito en sus nuevos roles.

Explica los beneficios a los gerentes

Para alcanzar sus objetivos, es vital que todos los gerentes estén presentes. Explique a ellos que el objetivo de promover mujeres en la empresa no es mejorar las apariencias; es que la diversidad, de todos los tipos, es benéfica para la empresa.

Para sus gerentes que necesitan ser convincentes, explique que la diversidad au-

menta la rentabilidad. Cuanto mayor la diversidad de una empresa, más puntos de vista e ideas se discuten, llevando a más productos y servicios que atraigan una amplia gama de clientes. Una empresa diversificada también recibe más atención de los inversionistas.

Identifica acoso y prejuicio

Cualquier tipo de acoso perjudica la moral y crea una cultura de empresa desagradable. Si conlleva juicios, inevitablemente conlleva empleados insatisfechos, productividad reducida y alta rotatividad. Cerciórate de garantizar la política de acoso de la empresa con frecuencia, llevando las quejas en serio y siguiendo con disciplina cuando necesario.

Evita la discriminación

65% de las mujeres dicen que son discriminadas en el trabajo. Seguramente, las mujeres enfrentan discriminación en salarios y promociones, pero el sesgo no intencional afecta la autoestima de las mujeres y puede impedirles de alcanzar su potencial. Por ejemplo, a las mujeres, frecuentemente, se les critica cuando dan sus opiniones, o incluso hay hombres que les gritan cuando no están de acuerdo.

Evalúa de manera justa

Al evaluar el desempeño, las mujeres son juzgadas por las cualidades masculinas, muchas veces inconscientemente, por sus gerentes. Una mujer puede ser vista como no teniendo las características de un buen líder, porque no es tan ruidosa como el hombre que está dispuesto a tener la misma promoción. Su comportamiento y entrega también son diferentes. Sin embargo, el antiguo doble estándar aún sostiene que un hombre asertivo es fuerte, mientras una mujer asertiva es mandona o amenazadora.

Sé justo

Compara calificaciones de manera justa. Más mujeres reciben diplomas de bachiller que hombres y los tienen hace años. Analiza honestamente las realizaciones y el potencial de sus empleados.

Aplica estándares iguales para las promociones

Las mujeres piden aumentos y promociones en la misma proporción que los hombres, pero se les niega con más frecuencia. Estudios muestran que las mujeres son promovidas con base en sus realizaciones comprobables, mientras los hombres también son promovidos con base en su potencial. Cerciórate de evaluar los dos sexos de la misma manera.

Entrena a las mujeres para el éxito

Dé a las mujeres las herramientas para tener éxito. Los gerentes no apoyan u orientan a las empleadas tanto como apoyan y orientan a los empleados. Sin apoyo, las mujeres no pueden aprender cómo ser gerentes y cómo tener éxito en el siguiente nivel. Designa a las mujeres un mentor para el cual puedan recurrir con preguntas para perfeccionar sus métodos de liderazgo.

Paga honesta y justamente

Paga igualmente a personas diferentes que hacen el mismo trabajo. Cuando llegue el momento de entregar los aumentos y bonos, pon las ganancias de las mujeres en igualdad con los hombres que hacen los mismos trabajos.



LIC. CLEDSON BERNARDO

CONSULTOR EN SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y EXPOSITOR

Empoderamiento de la mujer y aumento del feminicidio

Nacida en el interior de Mato Grosso do Sul (Brasil), inmersa en una cultura rural, por lo tanto, más conservadora, a lo largo de mi vida fui observando la necesidad de reconstruir una serie de mitos relacionados al lugar de la mujer, que tanto me ha costado y me cuesta sufrimiento hasta hoy.

La consternación causada por estos estereotipos impregnados en el subconsciente de manera tan confusa se fue revelando desde el conocimiento, el contacto con el feminismo, el hallazgo de teorías confiables con relación a las diferencias de género, que legitimaron mi desconfianza de que algo equivocado estaba pasando.

Estos conocimientos confirmaron que mi experiencia particular no era solo mía, sino que formaba parte de una estructura patriarcal de opresión.

Al graduarme en periodismo y con mi misma experiencia de vida, además de lecturas de filósofos como El Calibán y La Bruja, de Silvia Federici; Simone de Beauvoir; Judith Butler; y el contacto con intelectuales negras, como Djamila Ribeiro y Angela Davis; me permitieron otra mirada, aún más dura de manejar, sobre esas cuestiones.

Si me siento vulnerable en este lugar, la vulnerabilidad se vuelve pequeña cuando veo con mi lugar de privilegio dentro de este escenario.

Como periodista, fui a visitar y oír a mujeres periféricas, negras, artistas, inmigrantes, para comprender que mi vulnerabilidad se vuelve minúscula ante otras realidades.

Me alegran mucho los movimientos de mujeres en todos los ámbitos, y mi felicidad es observar que hasta en el interior del país ya está ocurriendo.

Creo que la información constante es el elemento único transformador para que las mujeres comprendan y se vuelvan conscientes de sus realidades, y así poder alterarlas, invitando a los hombres a acceder las informaciones y empoderarse para alterar esta realidad.

El papel de la ONU en este escenario, con la incorporación del ODS 5: «Poner fin a la desigualdad de género y empoderar mujeres y niñas» es fundamental. La meta es llegar a esta equidad con diversas acciones prácticas.

Una de ellas –y la principal– es aportar para el poder económico de esas mujeres, uno de los principales puntos que vulnerabilizan y ponen la mujer en situación de sometimiento y víctima de abusos psicológicos y físicos. Los números disponibles no nos deja engañarnos.

Según ONU Mujeres, la violencia en contra de las mujeres es la violación más generalizada de los derechos humanos. Y el feminicidio es su expresión extrema. Catorce de los 25 países del mundo con tasas más elevadas de feminicidio están en América Latina y el Caribe. Se estima que una en cada tres mujeres mayores de 15 años haya sufrido violencia sexual, lo que alcanza la categoría de epidemia de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud.

El feminicidio y la violencia sexual están conectados directamente a la seguridad ciudadana deficitaria, a la impunidad generalizada y a la cultura machista que desvalora a las mujeres.

En Brasil, aún con la disminución récord de muertes de mujeres, tuvimos alta en el número de feminicidios en 2019.

Según datos del Monitor de la Violencia con el núcleo de estudios de la violencia de la Universidad de São Paulo (USP) y Foro Brasileño de Seguridad Pública, con datos de 2017, son 3739 los homicidios dolosos de mujeres el año pasado, una caída del 14,1% con relación a 2018. Sin embargo, hubo un aumento del 7,3% en los casos de feminicidios, es decir, crímenes de odio motivados por la condición de género.

Son 1314 mujeres muertas por el simple hecho de ser mujeres, una cada 7 horas, en promedio.

La psicoanalista Maria Rita Kelh afirmó en un reciente discurso que el proceso de empoderamiento de la mujer, justamente con estas acciones afirmativas de reconocimiento de las mujeres por su situación, puede ser uno de los indicadores de este incremento de violencia. La cultura del machismo es un rasgo tan insistente e incorporado que hace que el hombre crea que aún tiene el poder de matar en caso de que la mujer se independice de su existencia.

Ya no es aceptable admitir esta realidad y el empoderamiento económico de la mujer se hace urgente, así como la educación y concientización de todos los ciudadanos.

Fuente: ONU Mujeres, Mapa de la Violencia con el núcleo de Estudios de la Violencia de la Universidad de São Paulo (USP), Foro Brasileño de la Seguridad Pública, datos de 2017.

BUTLER, Judith. Problemas de Género (2010).

BEAUVOIR, Simone. Segundo Sexo (1949).

FEDERICCI, Silvia. O Calibã e a Bruxa (2017).

RIBEIRO, Djamila. Quem tem medo do feminismo negro? (2018)



LIC. MARIANA VILELA

JORNALISTA HUMANISTA

NUEVOS RETOS NUEVAS EMPRESAS

Como empresaria y consultora afronto retos constantes y abrazo el cambio como la oportunidad de entregar lo mejor que tengo y que he recibido como legado de generaciones precedentes, retomando proyectos que anteriormente no funcionaron, ajustando procesos y asumiendo nuevas responsabilidades. ¿Por qué? Porque cada día obtengo un nivel de consciencia diferente, accedo nueva información y mentores deseosos de transmitir su experiencia para contribuir al crecimiento exponencial que estamos viviendo en todas las áreas de nuestra existencia.

Cada vez más, acepto y entiendo que soy la creadora de mi realidad, existo en este mundo cuántico donde las posibilidades son infinitas, donde todo está disponible y, sin embargo, solo puede suceder una cosa a la vez. ¿Cuál? La que elijo yo. Y para que esa elección sea la correcta, entra en juego mi capacidad de observar y de preguntarme, por ejemplo, ¿Qué tan entrenada tengo mi capacidad de observación?, ¿Puedo proyectar diferentes realidades con las emociones correctas? ¿Con mi libre albedrío me permito crear mi propia realidad?

Ahora, comprendo que la capacidad de crear, inventar o mejorar lo existente resulta de la inquietud, la perseverancia y el deseo de hacer algo diferente, de no conformarse con lo que hay y de buscar opciones para hacer más práctica la vida diaria. Acciones repetitivas y mejoradas como lo han hecho infinidad de personas a lo largo de la historia.

Muchas veces, pensé que estaba sumergida en repetidos círculos viciosos, sin embargo, les quiero decir que no es así. Cuando empecé a observarme a mí misma desde afuera de estos círculos, me di cuenta de que eran espirales ascendentes, y aunque cometía errores aparentemente iguales, reconocí que sus diferencias, los aprendizajes y la madurez tocaban las puertas de mi alma.

Afortunadamente sigo evolucionando, buscando formas más efectivas de actuar y de armonizar los entornos con los que me relaciono. Y es así como surge la historia que ahora les comparto.

Hace algunos meses asumí el reto de asesorar una empresa, fui elegida para reestructurar el proceso de costos en la empresa de Fran, persona a quien le tengo profundo afecto. Fran es un ser humano maravilloso, salió del país hace varios años en búsqueda de nuevas oportunidades y, efectivamente, las encontró, porque es de esas personas que viven en continua búsqueda, y como bien lo decían nuestros abuelos: «¡El que busca encuentra!». Y ahora, como lo expresa la conocida física cuántica, «el que observa y elige correctamente, ¡crea!».

Las diferentes ideas de negocios que se le ocurrían a Fran las iniciaba venciendo todos los miedos y dificultades que se le presentaban. Comenzó con el proyecto en Colombia y en poco tiempo superó las expectativas, su crecimiento a pasos agigantados le exigió entender lo básico para

poder tener una evolución sostenible y llegar a otros países como lo tenía visualizado.

Rescato el poder de la unión, de no perder el norte para convertir nuevas creaciones o iniciativas al reunir diferentes actores, situaciones que dan como resultado la invención de nuevos instrumentos que facilitan la vida y contribuyen al bienestar de otros, y este era mi objetivo al ser encargada de rediseñar el proceso de costos en la empresa de Fran.

Como contadora, financiera y amante de los costos, mi misión consistía en que las personas que estaban a cargo de esa área en la empresa lo entendieran de forma sencilla y práctica para que la información fuera útil e insumo importante de análisis, evitando el caos y abriendo espacios de dialogo para alcanzar el fin solicitado.

El proceso inició con visitas de diagnóstico y reuniones con Hanna la cabeza visible de la empresa, sostuvimos conversaciones profundas, sinceras y sin ningún temor de que lo comentado fuera usado como arma de doble filo, lo comunicado por Hanna y por cada uno de los líderes lo tuve en cuenta para el rediseño del nuevo proceso de costos.

El corazón del negocio de esta empresa es la gestión documental y la custodia de documentos, especialmente físicos, y sus extensas bodegas de almacenamiento llamaron mi atención, no sobra decir que era entendible la pulcra organización y el orden estricto en cada folio para poderlos ubicar en el menor tiempo posible cuando fueran solicitado por algún cliente, proceso que controlaban con software parametrizado cuidadosamente a la medida de las necesidades.

Fue interesante ver el trato tan especial que le daban a la vasta cantidad de documentos que custodiaban, personas asignadas para

cada labor, incluso controlar la temperatura varias veces al día, rondar las instalaciones haciendo métricas para analizar los resultados y evitar cualquier inesperada situación que pudiera afectar la custodia que tenían a cargo.

El proceso de observación con el apoyo de los colaboradores me permitió concluir lo siguiente:

1. La gestión documental opera con base en «Archivos» y es fuente de vida y trascendencia de las organizaciones.
2. La gestión documental se fundamenta en el conocimiento e innovación tecnológica para la custodia de los documentos.
3. Existe gran complejidad en la operación desde que los documentos son recogidos en las oficinas del cliente y hasta su disposición final.
4. La gestión documental es un servicio estructurado en el que es necesario ganar credibilidad y confianza ante el cliente para generar estabilidad en el tiempo.
5. El negocio posee características atractivas que generan en la competencia el deseo de ganar clientes incluso luchando con el precio.

Con lo anterior, me sumerjo en la evaluación del sistema de costos por procesos o categorías, con el fin de identificar los factores críticos que inciden en los resultados y así facilitar la toma de decisiones frente a la operación y la comercialización, sabiendo que existía preocupación por el escaso espacio que quedaba en las bodegas existentes.



LIC. NANCY VARGAS

MANAGER COACH, MENTORA, FERRAMENTAS ÚTEIS EM SEUS ESPAÇOS DE TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL.

Para abordar el encargo, enfoqué los costos en cada categoría de servicio con el objetivo de diferenciar directos e indirectos y su incidencia en cada actividad. Para este fin, utilicé metodologías contables, financieras y de procesos; luego, me propuse definir una política de costos, estudiando también las categorías o líneas de servicios, pero ante todo observando de una forma diferente las herramientas con las que contaban para llegar a los resultados que buscaban.

Encontré costos directos asociados intrínsecamente con la operación, entre ellos, transporte, materias primas, gastos de personal, arrendamientos y depreciación de equipos.

Entre los costos indirectos identifiqué actividades administrativas de ventas y otras de carácter fijo como licencias y mantenimiento del software en las que se soporta la operación.

En cuanto a la política de costos, encontré que era necesario orientarla inicialmente a suprimir algunos costos directos que no generaban valor, ordenar los indirectos y en general optimizar los resultados financieros. Me propuse entonces saber que indicadores utilizaban, cuales eran necesarios, cuales eran objetivos, si reflejaban la realidad, si estaban siendo analizados y si realmente orientaban las decisiones.

Encontré que el mayor valor que tenía la empresa estaba relegado, una potente herramienta tecnológica que tenían ajustada casi en un 70% para el manejo del negocio y que llamaba mucho la atención de los clientes porque les permitía acceder a la información de la custodia digitalizada, organizada y en tiempo real con servidores potentes que se tenían protegidos con co-

pias de seguridad en la nube y en diferentes partes del mundo.

Fran estaba preocupado porque Hanna le había comentado que tenían que hacer una nueva inversión para ampliar las instalaciones físicas, debían adquirir otra bodega para recibir más documentos, adquisición que les costaba mucho dinero y lo peor era que no podían hacer esa inversión en el momento.

Nos reunimos para ver las alternativas y mi propuesta fue hacer un «pare» en la custodia de documentos físicos y darle mayor valor a la custodia de documentos digitales; además, podían darle el uso adecuado a su herramienta tecnológica, adicionalmente la nueva mentalidad de la conservación ambiental y la disminución en el uso del papel llamó la atención de Fran y del equipo de líderes, que sin dudarlo empezaron a crear estrategias para diseñar una campaña y ofrecer nuevos servicios de custodia.

Los profesionales en marketing empezaron a diseñar la campaña con los nuevos servicios y el equipo comercial a ofrecerlos, mientras incrementaba la expectativa: ¿Qué sucederá?

Qué gran oportunidad para unir esfuerzos y para exigirse pensar, sentir y observar diferente. Finalmente, los resultados fueron sencillamente mágicos, los nuevos servicios con mayor valor agregado llamaron la atención, un buen número de usuarios adquirieron los nuevos servicios, un margen mayor de utilidad fue percibido por la compañía, se llegó a nuevos mercados y se pudo hacer realidad el proyecto de expansión que tenía Fran en sus visualizaciones y proyecciones.

Con el apoyo de los desarrolladores se ajustó la herramienta tecnológica, redise-

ñamos la política de costos acorde con las necesidades de la empresa, formalizamos los nuevos productos y finalmente estructuramos un modelo de indicadores ágil, liviano y efectivo para:

1. Medir los costos totales y sus componentes directos e indirectos.
2. Evaluar la productividad de cada tarea, categoría y producto para considerar opciones y tomar decisiones de control efectivo ante la cambiante realidad.
3. Competir eficientemente en el mercado.

Mi experiencia me permite asegurar que con una adecuada estructura de costos se ganan negocios, se aprovechan las oportunidades del mercado, se manejan descuentos, se diseñan promociones, se posiciona la marca, se construye un plan de marketing, se ofrece un servicio diferenciador y se crean alternativas para satisfacer las necesidades de los clientes.

Uno de los retos para el sector de gestión documental consiste en ampliar la capacidad de bodegaje virtual haciendo uso del potencial de las herramientas tecnológicas e integrar lo existente para sumar valor y contribuir con el uso adecuado del papel.

Y el reto para todas las empresas y líderes empresariales consiste en ejercitar a cada instante su poder de observación, de hacer uso adecuado del libre albedrío y de la responsabilidad de crear nuevas realidades de bienestar común.

¿Quién es Nancy Vargas?

Nancy es ante todo un ser humano sensible, una contadora ejecutiva y una mujer exper-

ta en impactar el interior de las organizaciones en su gestión administrativa, económica y cultural.

Con más de 20 años de experiencia, Nancy ha tenido la responsabilidad de crear y liderar empresas multilatinas e intervenir en procesos en sociedades de diferentes sectores de la economía.

Autora y creadora del modelo RISA que Resuelve, Instala, Sostiene y Aporta, al crecimiento, transformación y logros de resultados en modelos de negocios.

Fundadora de ONG que apoyan el desarrollo integral del ser humano y la sostenibilidad de proyectos productivos.

Como representante legal ha coordinado diferentes proyectos a nivel de alta gerencia y ha participado en eventos comerciales de orden nacional e internacional, esto le ha permitido visualizar y focalizar las oportunidades del actual modelo empresarial.

Su carisma, calidad humana y profesionalismo aseguran el buen resultado en cada proceso de Asesoría, Consultoría, Mentoring y Coaching.

Posee experiencia como líder y facilitadora en áreas administrativa, talento humano, financiera, contable, tributaria y revisoría fiscal.

Su proceso formativo ha incluido: Contaduría Pública, Actualizaciones Tributarias, Gobierno Corporativo, Inteligencia de Negocios, Automatización de Procesos, Gestión Bancaria y Financiera, Certificación Internacional y especialización como Manager Coach, Mentora, herramientas útiles en sus espacios de transformación organizacional.

Cada uno debe poner de su parte para que se cumpla el ods 5

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, planteados por El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, nos envían un reto de cambio con la esperanza de resultados para el 2030. Si bien sabemos que la erradicación total de la pobreza, lograr la protección o rescate del planeta, así como la convivencia en paz para toda la humanidad en esa fecha u otra fecha posterior, puede ser una meta muy ilusoria o elevada, eso no significa que no debamos intentarlo o poner de nuestra parte para que por lo menos algo de eso suceda o nos acerquemos cada vez más a uno de esos propósitos.

Dentro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), analizaremos, en esta ocasión, como podemos contribuir desde nuestra realidad a que el ODS 5 pueda cumplirse y movernos a la acción desde nuestras posibilidades o empresas para ello.

¿A qué se refiere el ODS 5?

Este es el Objetivo que se refiere a la igualdad de género, para ello, pongamos en contexto que es primero la desigualdad de género: Según Wikipedia, «la desigualdad de género es el fenómeno que ocurre cuando un colectivo (Género) tiene privilegios por encima del otro, despreciando los derechos de este último. En un colectivo social donde todos sus miembros asumen y cumplen responsabilidades por igual no tiene por qué haber desigualdades de ningún tipo». Por ende, cuando hablamos de igualdad de género, podemos decir que significa, simple y sencillamente, practicar la equidad en todos los sentidos.

Llegando hasta este punto, cabe hacernos entonces las siguientes preguntas:

- ¿Practico yo como profesional la equidad en mis acciones diarias como persona, como jefe, como profesional o como empresario?
- ¿Trabajo o dirijo yo en una empresa verdaderamente equitativa?

- ¿Son las acciones, de las personas con las que trabajo, equitativas?
- ¿Son las acciones, de mis círculos de influencia, equitativas?

Antes de poder presentar cualquier planteamiento que contribuya a dar aportes encaminados a tener una sociedad más justa en el tema de igualdad de género, es definitivamente de suma importancia el autoanálisis de mi propio ambiente y mi propia gestión.

En el momento en que seamos capaces identificar todas aquellas áreas que surjan de este autoanálisis, en las que predomina la desigualdad e injusticia y tomemos curso de acción a corregirlas y erradicarlas completamente, podremos decir entonces que ya estamos poniendo de nuestra parte para el cumplimiento de este Objetivo.

Que decir sobre las cifras que menciona el PNUD sobre la desigualdad de género:

- A nivel mundial, las mujeres ganan solo 77 centavos por cada dólar que ganan los hombres haciendo el mismo trabajo.
 - 1 de cada 3 mujeres han experimentado violencia física y/o sexual.
 - Las mujeres representan solo el 13% de los propietarios de tierras.
 - En todo el mundo, casi 750 millones de mujeres y niñas vivas hoy se casaron antes de cumplir 18 años.
 - Dos tercios de los países del mundo en desarrollo han alcanzado la paridad de género en la educación primaria.
 - Solo el 24% de todos los parlamentarios nacionales eran mujeres a noviembre de 2018, un lento incremento desde 11,3% en 1995.
- quizás en este momento alguno pueda pensar; «Pero no es mi problema, eso está pasando en el mundo, no en mi empresa o donde yo vivo»; y otro podría decir: «Sí, pero qué culpa tengo yo de que las mujeres no quieran comprar propiedades o participar en la política»; o quizás algunos hasta pueden

Llegar a creer: «Bueno, ¿será que tengo yo que renunciar a lo que tengo para dárselo a ellas o comenzar a ser más condescendiente para que esos números cambien?». Y podría seguir haciendo alusión a una gran variedad de pensamientos o comentarios que estos datos puedan generar, pero déjeme decirle algo: si pensaste de alguna forma semejante a esta línea de ideas, definitivamente, tienes el primer aporte que dar, y es comenzar a trabajar en su forma de pensar con respecto al género opuesto, porque no se vale la indiferencia cuando sabemos que algo sí está sucediendo, aunque no sea cerca de nosotros ni seamos nosotros los promotores. Porque la verdadera razón porque muchas cosas no cambian en el mundo es por la indiferencia de todos aquellos que creen que las cosas que afectan a otros, mientras a mí no me causen daño, no deben interesarme.

¿Cómo podemos involucrarnos?

Cada uno puede poner de su parte, no es cierto que alguien pueda pensar que no se puede hacer nada. Seguramente, más allá de estos datos proporcionados por el PNUD, nosotros hemos sido testigos de algún tipo de acción desigualitaria o inequitativa. Por ello, se hace necesario nuestro involucramiento en todos los sentidos para poder comenzar a transformar no solo nuestra forma de pensar, sino también nuestras acciones, para construir hábitos equitativos o igualitarios a nivel de género.

Plantearé algunas ideas como cursos de acción, estas no son las únicas, pero es una forma de comenzar desde el punto donde cada uno se encuentre:

- Conviértete en un detector de situaciones de inequidad en todo tu entorno y comienza a corregir aquellas que dependan de ti, luego sugiere con mucho tacto, la corrección de aquellas que no son de tu capacidad de corregir.
- Está siempre dispuesto a denunciar

toda situación de inequidad que identifiques, no quedarnos callados ante la inequidad ayudara mucho a un cambio significativo.

- Habla en tu hogar y con tus amigos sobre este tema, seguramente ellos podrán también generar aportes significativos o involucrarse activamente hacia una transformación en este asunto.
- En tu empresa, practica la equidad y si no depende de ti en la toma de decisiones, habla con quien corresponde, seguramente tu aporte puede ser muy bien valorado.
- Intenta con todas tus fuerzas que todo tu entorno se entere que te interesa involucrarte activamente en este objetivo específico. De esta manera, podrás también impactar sobre aquellos en los que influyes o eres ejemplo para seguir.

Conclusión

Hoy, no somos culpables de las situaciones que han acontecido históricamente en el mundo, donde el sometimiento de la mujer, la delimitación de ciertas tareas, la discriminación por el sexo, el machismo cultural y otras muchas razones han hecho del género femenino muy desigual en ciertas circunstancias en comparación con el hombre. Pero el no hacer nada para que esto no siga sucediendo nos vuelve cómplices de la situación, por ello, les invito a que nos involucremos en esta evolución necesaria para ese ODS 5 que se sueña como realidad para el 2030. Tenemos tiempo, pero no hay que esperar, ¡comencemos ya!

Referencias:

- PNUD <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- WIKIPEDIA https://es.wikipedia.org/wiki/Desigualdad_de_g%C3%A9nero



LIC. HECTOR AYALA

Especialista em Planejamento Estratégico



daily dose of imagery
sam.toleftpixel.com

NOT A CENTRAL

Ouro Fino: hace más de cien años envasando agua, cuidando de la naturaleza y empoderando mujeres

Mucho se discute actualmente sobre igualdad de géneros, principalmente en el ámbito profesional. La relación de la mujer con el mercado de trabajo, sin dudas, ha logrado un gran avance en los últimos cincuenta años, sin embargo, aún es bastante desigual en diversos segmentos. De acuerdo con datos divulgados en 2020 por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la participación de las mujeres del mundo representa solamente el 39% de todo el mercado de trabajo, siendo el 27% en cargos administrativos. Según la FIEP, solamente en el estado de Paraná, Brasil, las mujeres representan el 32% de la mano de obra de la industria.

Entre las principales dificultades que esas mujeres participativas enfrentan están la disparidad salarial, diferenciación de responsabilidades, desvaloración de la capacidad intelectual y física, e incluso el acoso moral. Analizando esas adversidades, uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es «Garantizar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades para el liderazgo en todos los niveles de la tomada de decisión en la vida política, económica y pública». La empresa paranaense de aguas Ouro Fino, industria reconocida como una de las mayores envasadoras de agua mineral natural de Brasil, también ha adoptado medidas de igualdad de géneros en sus polí-

ticas de trabajo y gana destaque cuando se trata del trabajo desarrollado. La historia de la empresa tiene inicio en el año de 1898, en el municipio de Campo Largo, en la región metropolitana de Curitiba, cuando se adquirieron las tierras y las muestras de agua empezaron a pasar por análisis. El local ya era conocido en la época de la explotación minera y recibió el nombre de Ouro Fino [Oro Fino], en referencia a las pequeñas cantidades del metal precioso encontradas en la fuente de agua.

Años más tarde, la familia Mocellin asumió la administración de la empresa, siendo responsables de su ampliación y modernización, y a través de la iniciativa de una gran mujer, la empresa se volvió referencia en el cuidado con el medio ambiente y en el involucramiento con la comunidad. Dedé Mocellin, como era conocida, fue la responsable por la idealización de la Estancia Hidromineral Ouro Fino, una propiedad riquísima en su fauna y flora, que se volvió un verdadero paraíso tan próximo a la ciudad. Con detalles riquísimos, el parque cuenta hasta el día de hoy con referencias singulares de sus viajes, como mosaicos con lozas rotas y ruedas de

carretas puestas como portones. Las fuentes y piscinas fueron construidas para rendir homenaje a los hijos, nietos o algún suceso importante del lugar. Doña Dedé creó, además, la Cascada de los Amores [Cascata dos Amores], y se decía a las personas que quienes se bañaran en sus aguas, se casaría en un futuro próximo.

Sus iniciativas formaron parte de la historia de la empresa y en agosto de 2002 se fundó el Instituto Dedé Mocellin, responsable de la realización de acciones educativas volcadas al medio ambiente, así como sensibilizando a la sociedad sobre la importancia del desarrollo sostenible. A pesar de que el Instituto Dedé Mocellin tenga una condición independiente, Aguas Ouro Fino aún carga parte de esa historia protagonizada por una gran mujer y dando oportunidad para que la nueva generación dé continuidad al trabajo que ella inició.

De acuerdo con Rosane Mocellin, directora de Aguas Ouro Fino y también nieta de Dedé Mocellin, el trabajo iniciado por la abuela era criterioso y admirable. «Ella cuidaba personalmente de las plantas de la



NOTA CENTRAL

propiedad y quería estar enterada de la calidad del agua y del trabajo que cada empleado estaba ejerciendo, además de tener una atención especial sobre lo que se hacía en el entorno. El amor que ella dedicaba a la empresa y a la familia era sin igual y nosotros heredamos ese cuidado y hacemos de todo para darle continuidad», destaca la directora.

La diversidad forma parte del propósito de Ouro Fino, no siendo solo una meta de comunicación para el mercado. Actualmente, el 50% de los cargos de gestión y liderazgo de la empresa son ocupados por mujeres. En cargos de destaque, Ouro Fino da espacio a las mujeres como la gerente de RR.HH. y jurídico, Lourdes Silva; la gerente de calidad, Marina Tibusay Blanco Smith; la coordinadora de soporte a vendas, Viviane Lino da Silva; la coordinadora financiera, Katia Buss; la coordinadora de RR.HH., Caroline Smaniotto da Costa; la líder de producción, Marlene Gonçalves da Luz; y como responsable de los proyectos ambientales está Haryssa Hundsdorfer; entre otras mujeres.

Y en su labor diaria, Ouro Fino va aún más profundo y muestra también el cuidado que se dispone a tener con otras mujeres, iniciativas impactantes en las que la fuerza y dedicación de las mujeres femenina gana aún más espacio. La empresa, por ejemplo, incentiva e inspira la adhesión femenina al deporte y auspicia a la piloto de kart Kaká Magno, que también compite en categorías con diversos hombres.

Y para concretar el apoyo que se da a Kaká Magno dentro y fuera de Brasil, Ouro Fino ha realizado, en inicios de marzo, en Curitiba, una acción en conmemoración por el Día Internacional de la Mujer. Un grupo de mujeres con historias de superación fue invitado a correr con kart junto con a piloto Kaká Magno. El evento, nombrado «Mujeres rumbo al podio» tenía como objetivo enaltecer mujeres que vencieron en áreas diferentes de la vida como profesional, familiar, salud, maternidad, entre otras.

Referencias

<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/participacao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho-segue-menor-que-a-dos-homens-diz-oit.ghtml>

<http://portalods.com.br/noticias/mulheres-representam-32-da-forca-de-trabalho-da-industria/>

<https://nacoesunidas.org/igualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho-e-crucial-para-crescimento-latino-americano/>

<https://agenciafiep.com.br/2019/03/07/mulheres-representam-32-da-forca-de-trabalho-da-industria/>

LIC. LOURDES SILVA
GERENTE DE RH E JURÍDICO NA ÁGUAS



PARE

OLHE

LEIA

MARCOS

LAGOS

AUTOESCOLA
AB-228

JÁ SÃO MAIS DE

10 MIL HABILITADOS

APROVADO

MAIS DE 20 ANOS FORMANDO
MOTORISTAS CONSCIENTES NO TRÂNSITO

COM APRENDIZADO DINÂMICO E INOVADOR

Ofecemos qualidade,
transparência,
com credibilidade
e dedicação



ROD. AMARAL PEIXOTO, KM 71 -286
BACAXA- SAQUAREMA
TEL: 2653 2305 OU 2653 3546
E-MAIL: carmen_delaobra@hotmail.com



REPORTAJES

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA



RESPECTO, EXPERTISE & CONFIANZA

Fundado en 2011, Bruschi & Salvi Advocacia es un despacho conformado por un equipo de profesionales jóvenes, referencias en el mercado y con amplio conocimiento.

El despacho inició sus actividades en la ciudad de Guaporé/RS, municipio localizado en Serra Gaúcha, reconocido como un importante polo industrial de la producción de joyería y confección de moda íntima.

Fue a causa de la fuerte economía empresarial del municipio que la actuación en derecho empresarial desencadenó el inicio de las actividades de Bruschi & Salvi Advocacia.

Actualmente, el despacho brinda servicios a clientes de todo el estado de Río Grande del Sur, por medio de un equipo de profesionales altamente preparados para solucionar problemas de las más distintas complejidades, priorizando la utilización de las innovaciones jurídicas como forma de encontrar la solución más adecuada a las necesidades de cada cliente. Bruschi & Salvi Advocacia, en su nicho de actuación, busca siempre ofrecer un servicio jurídico adecuado a las características y necesidades de cada cliente, teniendo como prioridad el factor personal en el contacto entre el abogado y el cliente, haciendo que prudente y brillante orientación sea el principal factor de su credibilidad.

El despacho cuenta con la función de solucionar impases jurídicos, administrativos o extrajudiciales (en los ámbitos civil, fiscal, empresarial, laboral y de seguro social), que de alguna manera puedan causar daños tanto para empresas como para personas físicas, sea en la erradicación completa del problema o en la minimización de los daños consecuentes.

Mercado Objetivo

Bruschi & Salvi Advocacia tiene amplia actuación en el medio empresarial, habiendo hecho del Derecho Empresarial el principal eje de sus actividades. Se puede decir que el despacho se enfoca en la actuación preventiva, buscando atender a las más diversas necesidades de las empresas clientes, sean



estas tributarias, laborales, civiles, u otras, reduciendo el riesgo empresarial.

En su cartera de clientes, se incluyen reconocidas empresas del sector joyero y aún del sector de moda íntima. Además, presta servicios jurídicos para empresas del rubro de metal mecánico y trituración de piedras.

Colaboradores

Con el pensamiento volcado al crecimiento y a la generación de oportunidades, el despacho fomenta indirectamente alrededor de 8 puestos de trabajo, incluidos entre ellos los compañeros técnicos con quienes el despacho busca esmerarse en sus servicios.

Responsabilidad Social Empresarial

Al tratarse de un despacho de abogados, donde la principal materia prima es el conocimiento de los profesionales, la visibilidad

de eventual impacto es poco perceptible, sin embargo, el despacho busca identificar las acciones que están dentro de su capacidad.

De esa manera, para reducir el impacto ambiental, el despacho viene adoptando como normativa la eliminación de la obligatoriedad de impresiones a través de la utilización de equipos para digitalización de gran parte de documentos utilizados en eventuales demandas judiciales, la eliminación del uso de vasos desechables, el cambio de bombillas por modelos más económicos, así como la clasificación de basura reciclable.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Sin sombra de dudas, el principal objetivo del desarrollo sostenible es conciliar desarrollo y preservación, ya que el crecimiento de las actividades económicas mundiales

en los niveles y calidades actualmente existentes tiende a degradar demasiadamente el medio ambiente, que además de perjudicar la calidad de vida de la población, también representará fuerte impacto en el sector económico.

La concienciación de los empresarios sobre los beneficios del desarrollo sostenible debe surgir, incluso, con vistas a evitar costos elevados con multas, sanciones legales, además de la pérdida de la competitividad de sus productos, comercializados en un mercado cada vez más preocupado con la calidad de vida y armonía con el medio ambiente.

Cliente en armonía con el despacho

Los clientes forman parte del capital de una empresa, por ello, asumen un papel esencial para que la misma pueda estructurarse, desarrollarse y destacarse en el mercado. Además, la calidad de los servicios del despacho está directamente conectada al desempeño de sus colaboradores y proveedores.

De esa manera, no sirve de nada invertir un gran volumen de recursos para conquistar a su clientela, mientras que sus empleados están desmotivados y, por ende, no logran producir con calidad, lo que, seguramente, impactará en todo el desempeño corporativo.

Por esa razón, Bruschi & Salvi Advocacia ha creado mecanismos de valoración de clientes, colaboradores y proveedores, para que la empresa pueda contar con una mejora productiva y experimentar resultados más consistentes.

Buena gestión para la reputación corporativa de empresa

La empresa cree que su reputación gana notoriedad para la empresa desde el momento en que se comprueba que su inversión trae grandes beneficios, es decir, a lo largo de su trayectoria. Primero, es un gran componente para la estrategia de crecimiento.

Ejemplo: hay garantía de una mayor participación en el mercado, ya que tener una buena reputación brinda una excelente visión del negocio para la organización, pues significa que aquella iniciativa no está hecha sólo de promesas, que realmente pone en práctica todo cuanto se compromete.

Además, es importante resaltar cuánto la reputación es un aspecto mucho más profundo y que tiene consecuencias a lo largo de los años para el negocio: mientras la imagen es un recorte, una pequeña parte de las acciones, la reputación es todo el cuadro.

Otro punto es su importancia para la vida de la empresa en momentos de crisis. Recesiones, por ejemplo, pueden ser solucionadas por una buena reputación.

El público tiende a apoyar y ser más fiel a negocios con esa característica, dado que ese es un factor de confianza de que aquel producto / servicio es de calidad y hecho por una empresa que prioriza lo mejor.

Estrategias responsables para satisfacción de los stakeholders

El despacho crea mecanismos de valoración de stakeholders, tanto financieros como de ambiente, y el principal reto está en el mantenimiento de la motivación de los agentes respecto a la búsqueda del éxito.



Fundado em 2011, o BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA está entre os escritórios mais reconhecidos do Rio Grande do Sul.

Têm como características a inovação, o aperfeiçoamento de seus colaboradores e a busca incessante à resolução dos mais variados tipos de impasse.

Assim, ao oferecer um serviço jurídico adequado às características e necessidades de cada cliente, o escritório BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA anseia a personalidade no contato existente entre o advogado e o cliente, fazendo da prudente e refletida orientação o principal fator de sua credibilidade.

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA . OAB/RS 5.766

Av. Silvío Sanson, 965 - Sala 230 - Centro

CEP: 99200-000 Guaporé - RS

Telefone: (54) **3443.5094**

www.bruschiesalvi.adv.br

✉ icsalvi@gmail.com

📘 /bruschiesalvi

📞 (54)98117.2201



PORTAL DO GENEROSO



NOTICIAS DE CALIDAD, VERAZES Y EXCLUSIVAS

Portal do Generoso inició sus actividades el 19 de mayo de 2012. Comenzaron como un BLOG simple para incentivar debates políticos, hoy son un de los mayores portales de noticias de la región norte. La función de Portal do Generoso es entregar noticias con calidad e imparcialidad.

Actualmente, cuentan con un programa de soporte para pequeñas y grandes empresas y aportan para la satisfacción de sus clientes y proveedores, asumiendo el compromiso de suministrar noticias verdaderas y exclusivas.

Actualmente, la inversión en redes sociales es su principal estrategia y, dentro de sus lineamientos, está siempre buscar la verdad, no publicar noticias falsas e investigar los hechos minuciosamente.

Portal do Generoso actúa en diversas editoriales, teniendo gran destaque en Política, Política, Ciudades y Economía. Todos esos ejes tienen destaque principal por tratarse de temas de gran relevancia e interés del público.

Su público, muy ecléctico, está compuesto de mujeres entre los 18 y 55 años, las que más acceden a Portal do Generoso. Para el portal,

es muy gratificante tener a las mujeres en el tope del acceso de nuestro portal. Actualmente, su equipo es miembro de la Asociación Brasileña de Periodismo y Asociación de Blogs y Portales de Amazonas, cuyo actual presidente es el Sr. Marcelo Generoso.

Desarrollo Sostenible

Portal do Generoso recibió en 2018 el certificado AMIGOS DE LA NATURALEZA, de parte del Instituto de Defensa de la Naturaleza. El portal es reconocido por involucrarse en causas ambientales y animales, y fue uno de los mayores incentivadores del

proyecto ARBORIZA Manaus, el cual realiza la Municipalidad de la ciudad de Manaus.

Ética y reputación corporativa

En cuanto la cuestión de la ética, saben cómo es imprescindible para un medio de comunicación periodístico y reconocen importancia de la buena gestión para la reputación corporativa. El Portal do Generoso realiza un trabajo serio, apurado y con contenido investigativo tornando el resultado siempre gratificante. «No sirve tener una buena audiencia si estás perdiendo credibilidad. La lógica es que también pierdas a ese público», comenta Marcelo Generoso.



CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA



Comprometido con el ODS 5, apoyando la educación en su proyecto de RSE

Respeto y empatía son palabras tomadas seriamente por CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA, una institución que adquirió respeto, gracias a los servicios brindados a la población. Comparado a los mejores y más completos de América del Sur, el cementerio cuenta con una completa infraestructura, proporcionando comodidad, seguridad y servicios de excelencia desde el año de 1992, una historia que pocas instituciones del mismo nicho logran alcanzar en el país.

PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA tiene como misión atender con excelencia y respeto a sus clientes, por el desarrollo y oferta de productos y servicios que aporten para mantener

siempre viva las memorias más felices de personas especiales y muy queridas.

Con una visión apurada, hoy, es una empresa diferenciada en el sector de cementerios y funerarias, con eficiencia nacional e internacional, por la prestación de servicios calificada y humanizada, eficiente, colaboradora con toda la comunidad, cargando en su ADN la ética, el tratamiento humanitario, con honestidad, buscando también un detalle primordial para cualquier empresa, la Responsabilidad Social. CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA es una entidad sin fines de lucro, que revierte todas las ganancias del cementerio en el mantenimiento de guarderías, escuelas, abri-

gos para adultos mayores, gestantes de baja renta, programa de ayuda a jóvenes en situación de calle, complementos alimentarios a familias de bajos recursos y varios otros servicios.

Un breve testimonio sobre inicio de las actividades y la función de la empresa

PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA - Cemitério e Funerária, tiene como prioridad atender con excelencia a sus clientes, por medio del desarrollo de oferta de productos y servicios que mantendrán siempre viva la memoria de personas queridas. Además, actúan con un modelo de gestión de negocios relacionada a las dimensiones sociales, ambientales y económicas, incentivando la conducta res-



ponsable de sus clientes y colaboradores, pautadas por valores, ética, humanismo, honestidad y responsabilidad social.

En 1990, PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA venció una licitación que garantizó a la Concesión Municipal la exploración de actividades de cementerio tipo «parque», realizando servicios de entierros, exhumación y asistencia funeral. Las implantaciones de dichos servicios ocurrieron a causa de la necesidad urgente que esta institución tiene en lograr una fuente de recursos permanentes para el mantenimiento de sus Obras Sociales, cuyos recursos financieros logrados son integralmente aplicados en la ejecución de trabajos filantrópicos. Ante ello, viene realizando excelentes servicios desde 1992.

PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA es un Cementerio Ecuménico equiparado a los

mejores y más completos de América del Sur. Cuenta con completa infraestructura, proporcionando confort, seguridad y un conjunto de servicios como funeraria, clínica y planos funerarios. Una iniciativa caracterizada como un mercado consumidor, formado por personas que adquieren sus productos y servicios.

Contando con una red de 93 empleados, CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA logra aliar los servicios de su nicho y también promover el servicio al público.

Sobre Responsabilidad Social Empresarial Como finalidad principal, PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA procura atender a todos los programas que son de Responsabilidad Social en las áreas de educación, salud y asistencia social. Todos esos proyectos ya están consolidados y debidamente planificados y cuentan aún con el auxilio de la

comunidad y organismos gubernamentales.

Así, el mayor desafío es mantener en la comunidad y en los organismos de Gobierno el interés en auxiliar a la comunidad de baja renta y sus mayores necesidades de estructura familiar y social para, de manera, mantener el mantenimiento de todos los proyectos.

Un orgullo llamado Proyecto SER [Projeto SER]

Su proyecto de mayor importancia contempla el servicio a los niños en edad escolar de la educación infantil habitantes de regiones de extrema pobreza que, totalizan un promedio de 1000 niños por año, con servicio 100% gratuito en régimen de educación integral.

Parque Memorial de Goiânia y sus objetivos de Desarrollo Sostenible

Parque Memorial de Goiânia – Cemitério e Funerária, como muestra su historia, está comprometido con la sociedad, con el objetivo de la promoción humana, de la educación, de la salud y el desarrollo sostenible del medio ambiente, siempre pensando, en una magnífica diversidad de culturas y formas de vida, caracterizado por ser una familia humana y una comunidad terrestre con un destino común. Así, trabajan para sumar fuerzas, generar una sociedad sostenible basada en lo respeto por la naturaleza, en los derechos humanos universales, en la justicia económica y una cultura de la paz. Un trabajo de complicidad con sus clientes internos, externos y proveedores

La institución cree ciegamente en la forma de Gestión integrada, ética y en la transparencia de sus acciones, servicios y de las relaciones con todos los públicos de interés. Siendo así, ejecutan un trabajo de forma rápida y estraté-

gica en las relaciones internas y externas en siete puntos esenciales:

- 1º - Mantener una buena relación con sus clientes, atendiendo de manera personalizada, con calidad, rapidez y enfoque en sus necesidades
- 2º - Disposición del equipo para hacer un buen trabajo. Inversión en entrenamientos para desarrollar las habilidades de sus colaboradores, buscando la primacía de la calidad
- 3º - Motivación constante de su equipo para garantizar un servicio con calidad, desarrollando, así, desafíos, gratificaciones, plan de carrera, beneficios, inversión en la calidad de vida, etc.
- 4º - Control del proceso de administrar, controlar, organizar y reubicar sus recursos de manera eficaz, de acuerdo con las necesidades de los clientes;

- 5º - Seleccionar proveedores que atiendan situaciones de urgencias con eficiencia. Orientando, analizando los puntos críticos y proponiendo mejoras para que los problemas no interfieran en su proceso productivo;
- 6º - Enfoque en sus clientes, tratando de forma exclusiva, con la finalidad de hacerse notar
- 7º - El feedback. Es a través de esta respuesta que alcanzan sus puntos positivos y negativos, aplicando acciones correctivas cuando sea necesario para, así, mejorar continuamente nuestros procesos.

Reputación Corporativa Empresarial

El acto de gestionar y administrar una empresa de manera eficiente y eficaz es el espejo que refleja su buena reputación a los diversos públicos a lo largo de los años. Es desde la

buena gestión que la institución trabaja y logra alcanzar proyectos exitosos, pero, en caso de que no sea eficiente, comprometida, responsable, no sirve tener buenos productos o servicios, por lo que existe un empalme entre la relación administrar y prestar, vender servicios. Si ambos no están en igualdad, la empresa no tendrá buena reputación ni destacará en el mercado. Con este pensamiento sólido y practicable, la reputación corporativa y empresarial es un éxito a lo largo de tantos años.

Estrategias responsables realizadas para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders

Utilizando la técnica del brainstorming (tempestad mental), para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders, todas las partes interesadas podrán aportar con el desarrollo de la



empresa. Otra estrategia es el estudio de mercado y benchmarking con la competencia. Los retos vividos reducen la probabilidad de que stakeholders de poco interés en el proyecto cause problemas, influenciando en la colaboración de aquellos que cuentan con interés.

La importancia de la ética y la Responsabilidad Social Corporativa

Teniendo en manos una gestión ética y transparente para con el público interno y externo que se relaciona, creen en el cambio y evolución del ser humano desde los buenos ejemplos que pueden ser seguidos. Su Responsabilidad Social Corporativa abarca los aspectos sociales, económicos y ambientales, dimensiones que serán alcanzadas en aparcería con buenas actividades gubernamentales, incorporadas en una visión de negocios volcada a las prácticas en largo plazo.

Compliance y sus principales directrices y desafíos

Para la implantación de un programa de Compliance es necesario redefinir normas y procedimientos internos, con la creación de un manual de servicios y acciones elaborando así un código de conducta. Invirtiendo en comunicación y entrenamiento, la empresa anualmente realiza acciones en colaboración con otros organismos para mantener a sus colaboradores actualizados acerca de la seguridad y las nuevas legislaciones de conducta y trabajo. De esa manera, el monitoreo se realiza de manera continua, con la finalidad de identificar preventivamente los riesgos, la mala conducta y cualquiera otro indicio de irregularidad.



Cemitério



Funerária



Clínica



Planos PAX



**PARQUE MEMORIAL
DE GOIANIA**

Escritório/ Planos PAX

**Avenida 1º Radial, 837,
Qd. 17, Lt. 05
Setor Pedro Ludovico
Goiânia- Go
(62) 3597-8420**

Cemitério/Funerária

**GO- 020, Km 08
Vau das Pombas
Goiânia-GO
(62) 3597-8100
(62) 99296-5023**

Adquiera nossos produtos e serviços pelo site:

www.memoriaviva.com.br

Fone: (62) 3597-8420

Email: contato@memoriaviva.com.br

FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL «FUNCIPRO» E ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL



El desarrollo económico debe promover la adopción de una visión estratégica

FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL forman parte de una institución dedicada al área educacional, que, de acuerdo con las universidades estatales bolivianas, imparte cursos de posgrado, y un vasto público objetivo en el nicho de mercado, brindando: diplomas, especializaciones, maestría, doctorado, consultoría, entrenamiento corporativo, seminarios, cursos de actualización y extensión, proyectos de investigación y editoriales con un diploma de estado en la área de posgrado, Profesionales éticos y académicos, en la práctica profesional, investigación y enseñanza, capaces de destacarse en las diversas áreas.

«FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. nace de la necesidad de formar profesionales especializados, con fuerte interés y orientación para asistencia social y cooperación con la población de baja renta.

«FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. tiene como objetivo Capacitar profesionales del área de Posgrado de acuerdo con su área de conocimiento, enseñando valores éticos, humanísticos y la adquisición de habilidades que les permitan enfrentar los desafíos de la sociedad moderna.

FUNCIPRO y sus objetivos

- 1° - Realizar una sólida formación de posgrado, caracterizada por la especialización del conocimiento en cada área específica
- 2° - Determinar los criterios profesionales, a través de los cuales el alumno puede: resolver conflictos con base en la interpretación y aplicación adecuada del conocimiento adquirido
- 3° - Adquirir habilidades en el uso de mecanismos y alternativas para resolución de conflictos en el área específica.
- 4° - Desarrollar habilidades básicas para el ejercicio de la actividad de investigación
- 5° - Realizar actualizaciones constantes para atender a las necesidades de un mercado profesional tan competitivo
- 6° - Incentivar, a través de cursos, módulos o seminarios, la ética y los valores profesionales en estudiantes de posgrado
- 7° - Tener el mejor cuerpo docente local e internacional

Generación de colocaciones directas e indirectas

«FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. asumen su responsabilidad no solo social, a través del papel que cumplen los titulados de cualquier programa de posgrado, en la aplicación de las nuevas capacidades adquiridas en el curso de su práctica profesional, sino también con la implementación de acciones

objetivas, involucrando a la comunidad e integrándose a ella, como conexiones directas con programas y proyectos de extensión para la sociedad, ultrasonido, campañas gratuitas, electrocardiograma, colposcopia, análisis de glicemia y otros para las personas de escasos recursos.

Profesionales que después de hacer su Posgrado dominan el área de Ultrasonografía, están habilitados para acceder a nuevos puestos, como ultrasonografías, y los empleados que se encuentran en su entorno son considerados como empleos indirectos. Programas de Responsabilidad Social Corporativa

Los auspiciadores de la Fundación promueven proyectos que benefician no solo el individuo como una entidad separada, sino que van, además, trascendiendo social, cultural y científicamente, empeñados en aportar para la construcción de la Bolivia que todos soñamos.

Procuran elevar la calidad de vida de la población humana al realizar un diagnóstico precoz de cualquier condición que es susceptible de diagnóstico con ultrasonografía, de manera humana y libre.



Proyecto de RSC elaborados

Asistencia médica, prestación de cuidados médicos los 365 días del año, a para personas pobres en todos los departamentos y provincias donde operamos institucional.

Metas de desarrollo sostenible

La Sostenibilidad Corporativa en «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. pasa por una serie de categorías, con base en su propia actividad productiva, modelo de gestión, objetivo operacional, plan de crecimiento, entre otros desafíos de variables de contexto que enfrentan.

La Sostenibilidad Corporativa es un abordaje que involucra conceptos mucho más amplios que el tradicional negocio de gestión. Va mucho más allá de un plan de Responsabilidad Social Corporativa y Excelencia Académica, tal como es concebido y crecido a través de la incorporación de tres concibes altamente encendidos.

Responsabilidad Social en sí, con sus varios beneficios, incluyendo postgraduados, trabajadores comunitarios y, fundamentalmente, políticas de auxilio mutuo entre empresa, clientes internos, externos y proveedores.

La finalidad de crear un potencial de profesionales de desarrollo de espacio en el campo de cursos de cuarto nivel o formación de posgrado, que es la base de esta propuesta, parte del análisis profundo de las características socioeconómicas y culturales del departamento de Santa Cruz en una primera fase, y del país a medio plazo, tal como exprimido en la proyección de FUNCIPRO en el entendimiento de que la calidad de profesionales comprometidos con el proceso y la posibilidad de exceso y tren parte continuada de la garantía promoción del desarrollo económico local, o sea, se alimenta "la capacidad de los territorios para estimular el crecimiento eco-

nómico, crear colocaciones, mejorar la renta y, finalmente, mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos". El desarrollo económico debe llevar a la adopción de una visión estratégica de movilizar un conjunto coherente de orientaciones, decisiones, programas y proyectos, a fin de alcanzar los objetivos previamente definidos y acordados en conjunto. FUNCIPRO ha trabajado duro y continuamente para alcanzar prestigio y excelencia académica, ofreciendo lo que ha colocado a nuestra institución en el liderazgo nacional y también nos constituyen como una referencia internacional en la formación de Recursos en Ultrasonografía. manteniendo la estabilidad y conformidad de los clientes internos, eficacia y responsabilidad para hacer que sus clientes externos se sientan seguros en manos de un profesional entrenado en FUNCIPRO. La constante demanda y el crecimiento de «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. mantiene el abastecimiento satisfactorio y constante de sus proveedores.

Reputación corporativa

FUNCIPRO se volvió referencia en la formación y desarrollo de profesionales del área de la Salud en nivel nacional y en sus áreas de formación profesional, disfruta de un buen ambiente, tiene equipos médicos con tecnología de punta y, a través de la participación en sus programas de desarrollo y Responsabilidad Social, asume como institución de enseñanza la ambición de cultivar calidad humana, así, intensificando la participación conjunta en acciones que beneficien los menos favorecidos.

Satisfacción y complicidad con stakeholders

Como una institución de enseñanza, ofrece las siguientes ventajas competitivas que les diferencian de otras instituciones:

a) La dedicación exclusiva al área del cuarto nivel de la Educación Superior, como son los cursos de postgrado de diplomados

conducentes y no conducentes, especialidad, maestría y doctorado lo que posibilita un alto nivel de especialización y de concentración de recursos y esfuerzos.

b) La experiencia acumulada por la Fundación Científica Profesional FUNCIPRO y la ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL. tras catorce años de exitosa labor en el campo de la superación para profesionales del ámbito de Ciencias de la Salud y de la Educación. Varias cohortes de graduados, exitosos cursos y sólidos convenios internacionales avalan este desempeño.

c) Conocimiento profundo del escenario nacional en el que se desarrolla la actividad.

d) El absoluto compromiso con las políticas de responsabilidad y acción social, objetivados a través de planes sistemáticos de intervención y colaboración con la comunidad llevados a cabo por su entidad matriz, la Fundación Científica Profesional FUNCIPRO.

e) La constitución y funcionamiento de un equipo especializado estable para la implementación de cursos de postgrado, cuya experticia establece el know how del nuevo emprendimiento educativo.

f) El establecimiento y funcionamiento de acuerdos de colaboración y convenio para el desarrollo de cursos de especialización con destacadas instituciones dentro y fuera del país, que avalan el desarrollo de nuevos programas de formación y garantizan espacios de intercambio y pasantías para los estudiantes y de colaboración para los docentes.

g) El prestigio que ha logrado la institución promotora dentro del área de los programas de superación continua para los profesionales de Ciencias de la Salud y para docentes universitarios.

Todo ello configura un panorama de ventaja y excelencia para el desempeño de FUNCIPRO, que es consciente de su responsabilidad al emprenderlo, y constituye un elemento de diferenciación y de ventaja competitiva objetiva.

Ética de la organización y responsabilidad social de la empresa

FUNCIPRO trabaja y aprecia por cuatro líneas o áreas estratégicas para preservar la ética de la institución:

- Ética y Gobernanza Corporativa.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo realizado)
- Vinculación y comprometimiento con la Compañía y su desarrollo.
- Atenciones y preservación de la vida y del medio ambiente.

Todas estas dimensiones son articuladas con inherentemente para la misma ética que exigen mucho aplicación planificadas y organizadas de modo que la misión y la visión de «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. esté alineada en todos los niveles para la Responsabilidad Ética y Social Corporativa.



PERU ENGINES S.A.C.



Su principal fuerza es suministrar un buen soporte técnico y adentro del plazo

La principal función de la empresa es el Marketing y Soporte Técnico de Motores a Diesel y Grupos Electrógenos.

Esta empresa fue creada en 2006 para comercializar productos con calidad y precios competitivos, llegando al mercado de productos surcoreanos, que configuró una decisión muy importante, ya que, actualmente, las marcas que representamos son más aceptadas en Perú.

Los principales mercados para quienes comercializan son: marítimo, pesca, ríos, sector minero y telecomunicaciones.

Responsabilidad social y medio ambiente

El proyecto más importante de RSE está principalmente conectado al cuidado con el medio ambiente, una vez que nuestras líneas de servicio generan residuos contaminantes, actualmente estamos procesando esos residuos por medio de una empresa certificada de gerenciamiento de residuos sólidos y líquidos.

Sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible La empresa está directamente alineada al desarrollo tecnológico de las fábricas en Corea del Sur, las cuales anualmente modifican sus diseños de máquinas con la finalidad de tener menores emisiones de contaminación; desde el año 2019, ya vienen trabajando con motores de bajas emisiones, operando estos con GNV (Gas natural); y, como empresa, están alineados con los mismos objetivos.

La mayor fuerza de la empresa es «suministrar buen soporte técnico y puntual», ésta es nuestra principal fuerza, tanto para nuestros clientes internos como externos; y con nuestros proveedores, mantenemos una relación comercial y financiera transparente, cumpliendo los plazos estipulados.

Ése es otro aspecto que la empresa aplica en todos los momentos, entregando productos de acuerdo con lo que es ofrecido y en

el plazo. Toda nuestra gestión laboral, financiera y tributaria es totalmente transparente.

Ética y Responsabilidad Social Corporativa

Ética y Responsabilidad Social Corporativa son dos de los principales pilares de la organización, que los llevó a tener clientes alineados a la misma política.

La administración de nuestra empresa es aprobada por la SGS, para la cual, en las auditorías registradas, esos aspectos son verificados puntualmente en cuanto a su fiel conformidad.

El principal desafío de la empresa es ser proveedora para el Estado, aplicando las calidades de Ética y Responsabilidad Social Corporativa.



MOTORES MARINOS E INDUSTRIALES, REPUESTOS ORIGINALES Y SERVICIOS GARANTIZADOS

CLÍNICA REIKILIBRE



Un sueño de cuidar que se volvió realidad. «Yo no elegí la Neuropediatría, sino que ella fue la que me eligió», dice Fernanda Silva Custódio.

Aunque muy joven, Fernanda Silva Custódio tiene mucha experiencia en su área de actuación. Decidió, así, mudarse a la ciudad de São José do Rio Preto en búsqueda de su mayor sueño: tener una clínica referencia en Fisioterapia Infantil. Especializada en Intervención Neuropediátrica por la UfsCar, una de las mayores Universidades de Brasil en tratamientos, Fernanda afirma con todas sus palabras que su mayor designio siempre fue la innovación, ayudando y atendiendo a cada uno de sus pacientes con calidad y eficacia, pudiendo traer a cada uno de ellos mejor calidad de vida en

sus entornos, a través de los resultados de sus tratamientos.

Todo ese sueño pasó a la realidad en 2014, cuando se ha fundado Clínica Reikilibre Físio. Desde su fundación, la empresa reúne a profesionales altamente capacitados y especializados.

Actualmente, Reikilibre Físio concreta su visión volviéndose referencia en servicios volcados al área neurológica, teniendo como servicios y especialidades el Método TREINI, Método

TREINI 0.7, MIG - Método de Integración.

Global y el Protocolo PediaSuit, que son los servicios más buscados, además de Integración sensorial, CME®, Bobath, Entrenamiento locomotor, entre otros. Estos tratamientos son destinados a personas que tuvieron alguna alteración en el sistema nervioso central en general. Los pacientes son atendidos

con mucha dedicación, garantizando máximo cuidado con la salud y el bienestar de cada uno de ellos. La clínica busca traer a ellos vivencias de inclusión social a través de sus servicios humanizados, promoviendo calidad de vida y enfoque en los resultados. La empresa está marcada por muchos diferenciales, promoviendo cursos y exposiciones para el perfeccionamiento y actualización constan-



tes.

La clínica trabaja con un triaje específico, en el que se plantea el mejor tratamiento para cada paciente, haciendo que este se beneficie de lo que hay de mejor. Hoy, a cargo de Reikilibre Físio, el Administrador Osvaldo Rocha Junior vino a componer el equipo y la vida de la fisioterapeuta. Especialista en Administración Financiera y Fiscalización, Cursando MBA en Gestión Empresarial por la FGV, Osvaldo se muestra realizado con el trabajo administrativo hecho, pudiendo ser el pilar de todos los que lo buscan a través de su función.

Ambos confiesan que son apasionados por sus profesiones, y decidieron sumar las dos áreas para ayudar a quien necesite con un trabajo competente y dedicado, realizado con mucho amor y cuidado.

Portafolio de la Empresa

La Clínica Reikilibre cuenta con un amplio portafolio de servicios destinados al trata-

miento en la rehabilitación neurológica.

- Treini
- Treini 0.7
- MIG (Método de Integración Global)
- PediaSuit
- Bobath
- Método TEACCH
- Osteopatía
- Entrenamiento Locomotor para Parálisis Cerebral
- Cuevas Medek
- Estimulación Precoz
- Fisioterapia respiratoria personalizada
- Integración Sensorial
- Estimulación cognoscitiva
- Estimulación orofacial mioterápica
- Término gustativo
- Comunicación Alternativa

Manteniendo la excelencia en esta gama de servicios prestados, la empresa cuenta con 28 empleados directos y 02 indirectos, de esta forma logra atender la gran demanda de trabajo.

Sobre programas de Responsabilidad Social Empresarial

La Clínica Reikilibre actúa en el programa de responsabilidad social desde la creación el INSTITUTO SER ESPECIAL.

El Instituto Ser Especial fue creado por madres de niños con discapacidad, y surgió de la necesidad de buscar mejoras en la calidad de vida. Fue creado, jurídicamente, con sede situada en la clínica Reikilibre Físio. La dirección del Instituto trabajó para la rápida legalización, y la Dra. Fernanda Silva Custódio, quien ha asumido los costos de toda la legalización documentaria. El Instituto cuenta con el apoyo y colaboración de todas las familias para que juntos puedan trabajar en pro de todas las familias y niños con discapacidad. Es necesario que cada uno se registre de manera adecuada para saber la necesidad de cada uno y poder luchar por la causa de todos. La Clínica Reikilibre también actúa incansablemente en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Su fundadora, Fernanda Silva Custódio, destaca que «con los objetivos de un desarrollo sostenible, además de ayudar otras instituciones y personas, pueden mejorar el ser humano y desarrollar un mundo mejor».

El placer por la satisfacción de sus clientes internos, externos y proveedores

Llevando la premisa que la satisfacción para sus colaboradores externos son el foco en resultado de los tratamientos, de esta forma, están siempre buscando lo que hay de mejor en el mercado con actualiza-

ciones en pro de los pacientes, alineado a su Misión / Visión / Valores de la empresa, con su esencia y sentimiento acogedor. Con sus colaboradores internos, siempre buscan valorar, con plan de carrera, meritocracia, decimocuarto salario, algunas flexibilidades de horas, así incentivando el crecimiento personal y profesional.

Una de sus banderas son la reputación corporativa, siempre incentivando y alertando que, para tener una buena gestión, todos deben seguir cabalmente los pilares de la empresa.

Visión - «Ser reconocida nacionalmente como referencia en rehabilitación de personas, respetando las directrices con nuestros valores»

Misión - «Ofrecer servicios humanizados con excelencia, imprescindibles para inclusión social y calidad de vida, a través de un equipo transdisciplinar calificado con enfoque en resultados»

Valores - «Ética, respeto y honestidad»

- Trabajo en equipo
- Desarrollo Sostenible
- Calidad y mejora continua de los servicios para la satisfacción de los clientes
- Compromiso con el crecimiento y resultados
- Inclusión Social

Satisfacción de sus stakeholders

El cuerpo profesional es unánime en afirmar que la satisfacción y sustentación de sus stakeholders es generada teniendo como fundamento la Visión / Misión / Valores de la empresa, siempre en búsqueda de resultados y evolución de los pacientes alineados con la esencia de los Directores / Propietarios.

Aún sobre Responsabilidad Social Corporativa, la ética es uno de los valores de la empresa Reikilibre, enalteciendo que tanto ella como la Responsabilidad Social son imprescindibles para el buen curso del negocio.

Sobre la implementación de un Programa de Compliance

La Clínica Reikilibre está aún en proceso de desarrollo de un programa de compliance, pero ya plantearon algunas directrices internas, como planes de carrera y meritocracia, pues con algunas directrices, creemos que en el proceso de ganar-ganar, el colaborador gana, empresa gana y con esas organizaciones el principal objetivo a ganar es el cliente.

Concepto de los Directores

«No confíes en el destino, sino en ti mismo. Gasta más horas en realizar que en soñar; en hacer que en planificar; en vivir que en esperar; porque, a pesar de que quienes casi mueren estén vivos, los que casi viven ya murieron». (Dra. Fernanda Silva Custódio).



CINTIA SOUZA

SOCIEDADE DE ADVOGADOS



PRESENTE EN EL MERCADO PARA TRABAJAR CON DIFERENCIAL

Siendo uno de los más bien estructurados de la Región Metropolitana de Belo Horizonte, el despacho Cintia Souza Sociedade de Advogados es amplio, moderno, cómodo y, sobre todo, con infraestructura para ofrecer un soporte completo al cliente. Son 10 años de credibilidad gracias a su trabajo, una combinación de versatilidad en el sector, calidad en el servicio y resultado satisfactorio con sus clientes.

Cintia Souza es una abogada con mucha experiencia que, hace 10 años decidió avanzar en la carrera y emprender. Empezó a trabajar en un home Office, siempre con el deseo de evolución. Es visionaria, teniendo como su marca

trabajar con diferencial trayendo en la esencia la búsqueda constante por la excelencia.

Ella se distingue por la constancia del perfeccionamiento que se convierte en conquistas judiciares que alteran el destino de clientes y que traen alteraciones importantes en varios contextos sociales. El "resultado" de tantos resultados excelentes que ella proporciona por medio de su trabajo es el reconocimiento de instituciones nacionales e internacionales, también. Pero, en medio a tantos premios conquistados, el principal reconocimiento viene de la satisfacción de cada cliente en la rutina diaria.

Hoy, sus clientes cuentan con profesionales expertos en todos los segmentos del derecho tales como civil, laboral, criminal, penal, tributario, administrativo, de la seguridad social, consumidor. El despacho tiene como enfoque la actuación en el sector de servicios, siendo especializados en ofrecer todo

el soporte para asociaciones de Socorro Mutuo y de Protección Vehicular. Un trabajo de proyección nacional.

Sus abogados ofrecen a las asociaciones servicios completos, desde la apertura del CNPJ a la consultoría para directores, co-



laboradores, acompañamiento de procesos, dudas, estatuto, soporte en caso de accidentes, revisión de documentación, acciones en la Justicia Federal y tantos otros servicios. Debido a que ese trabajo especializado ya logró éxito en muchas demandas judiciales y participaron, efectivamente, de conquistas decisivas para el segmento.

En esa primera década de trabajo, Cintia Souza montó un equipo de alto nivel que, hoy, es considerado uno de los más bien preparados del mercado. Cintia Souza Sociedade de Advogados tiene en su currículo un equipo calificado que busca, constantemente, actualización. Son 10 colaboradores en total, de manera directa, sin embargo, más que generar empleo, el despacho tiene como meta ofrecer soporte de crecimiento profesional y personal para equipo con

entrenamientos, beneficios y condiciones de trabajo favorables. Además, se generan otros puestos de trabajo indirectamente, por medio de proyectos, soporte de comunicación, eventos y demandas administrativas.

Trabajan conectados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible considerándolos como un llamado universal para acciones contra la pobreza, para la protección del planeta y la garantía de paz y prosperidad. Esa visión está «arraigada» en la filosofía de la empresa, que tiene como misión la garantía de los derechos, indistintamente, arriba de todo. En cada uno de sus procesos, proyectos, acciones y eventos, esos objetivos son considerados en todas sus vertientes.

Su gestión de éxito es fruto de una visión agudizada, de la destreza para dar segui-

miento al negocio, de la capacidad para equilibrar la búsqueda de resultados y calidad en el ambiente de trabajo y de una postura de liderazgo. Así se garantiza que los procesos internos sean bien organizados y que el equipo tenga un direccionamiento de alto nivel para identificar oportunidades, amenazas, diferenciales y metas. De esa forma, la empresa mantiene el ritmo de crecimiento y se posiciona en el mercado con una reputación de credibilidad.

Para proporcionar seguridad a sus clientes, la transparencia y la confiabilidad son dos características que el despacho proporciona. Mientras en el tema satisfacción, el equipo prioriza la calidad, contando con una rutina solidificada en el sentido organizacional de alto nivel, y el cumplimiento de plazos, de modo a aliar la agilidad en el seguimiento del trabajo a la excelencia.

La identificación de los Stakeholders en el proceso de trabajo permitió a Cintia Souza Sociedade de Advogados una visión más amplia de todos los involucrados en el

proceso e identificar como ellos pueden participar efectivamente. Una de las estrategias junto a sus stakeholders es la participación de liderazgo de la gestora de la empresa en la directoria de la Fenaben (Federación Nacional de los Bancos) que representa las asociaciones Socorro Mútuo. De esa manera, el despacho aporta directamente al sector, comprende las demandas y recibe, también, aportes de quienes están involucrados.

La ética y la Responsabilidad Social Corporativa están en la pauta diaria de Cintia Souza Sociedade de Advogados. La gestión toma en cuenta todos los direccionamientos de trabajo, entendiendo que un resultado no significa solamente un retorno financiero, sino también la satisfacción, con marcas expresivas de verdad, de moral, de transparencia, de calidad de trabajo y de contribución para los empleados, sus familiares, los clientes y la comunidad local, para que el valor se sobreponga a los costos, a las ganancias empresariales. El despacho entiende que esas son factores irrevocables del trabajo.



Há 27 anos
transformando
nosso mundo!



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

LEADSOLUTION



LEADSOLUTION

Alcanzar el éxito con los clientes es algo que comienza con los funcionarios

Al observar la dificultad del mercado de telecomunicaciones tenía en crear un eslabón entre el prestador de servicio digital y sus posibles clientes, Natan David Diglio fundó a Leadsolution, una agencia de marketing digital con diversas plataformas y tecnologías para que la marca de sus clientes adquiriera visibilidad del mercado y, por ende, generara un aumento expreso de ventas y demandas.

Teniendo en cuenta esa necesidad, el fundador vio una oportunidad y decidió arriesgar en la creación de un sistema de generación y control de Leads (posibles clientes). En este, se crean los registros de clientes, en una página web (denominada Landing Page), a partir de la solicitud de la contratación de productos y

servicios, facilitando los negocios en el mercado b2b (business-to-business).

Natan David Diglio ya contaba con experiencia en el mercado de Telecomunicaciones y conocía la dificultad de las operadoras de telefonía celular que atraigan más clientes principalmente en el mercado b2b, siendo ellas sus primeros clientes. Hoy, la empresa, con más de una década de experiencia, actúa en diversos segmentos debido a la flexibilidad de sus servicios, entre ellos: automotivo, consorcio, educacional, financiero, inmóviles, salud, seguros, telecomunicaciones.

A Leadsolution cuenta con hoy 50 empleados directos, y estiman a eso de 75 indirectos.

Su equipo de performance realiza todo el acompañamiento y mapeo del público objetivo de sus clientes y aún determinan cuáles son los canales de comunicación con mejores desempeños.

Empeñados en el respeto y la tutela tanto de los derechos humanos como de los modelos de trabajo, el Código de Ética y el

Modelo Organizativo del Grupo fueron inspirados en los diez Principios del Pacto Global (Global Compact), promovido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que abarcan las materias de derechos humanos, protección del medio ambiente, condiciones de trabajo y combate a la corrupción.



La responsabilidad por las políticas relativas a los derechos humanos y a las condiciones de trabajo es del responsable por la función Recursos Humanos y Seguridad, que contesta derechamente al Presidente. Respecto a los proveedores externos, como Política de Responsabilidad Social se reportan los principios en los cuales se inspiran las acciones de la LEADSOLUTION, tanto en Brasil como en el extranjero, para garantizar el cumplimiento de sus políticas referentes a:

- Trabajo Infantil
- Trabajo Forzado
- Salud y Seguridad
- Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- Discriminación y Asedio
- Valorización de la Diversidad
- Procedimientos Disciplinar
- Hora de Trabajo
- Remuneración

La empresa no utiliza tipologías contractuales contrarias a las disposiciones de la ley o destinadas a evitar las prohibiciones y las obligaciones previstas por las normas actuales. Así cual si empeña en adecuarse a las leyes nacionales y las convenciones internacionales en materia de responsabilidad social.

Para Leadsolution, la sostenibilidad no se trata de una moda, sino de una realidad en el contexto empresarial, lo que acarrea alteraciones graduales de comportamientos y de valores en las organizaciones, debiendo estar presente en las decisiones de sus administradores y balizar su relación con la sociedad.

En búsqueda de una gestión sostenible, y consciente de su responsabilidad, la empresa se compromete y estimula la adopción por parte de sus proveedores, compañeros

y empresas contratadas, los siguientes principios:

- Licenciamiento Ambiental
- Consumo de Agua y Energía
- Comunicación Ambiental Externa
- Gestión de Residuos
- Ciclo de Vida de los Productos
- Emisiones Electromagnéticas
- Generación de Ruidos
- Inversión en Innovaciones tecnológicas
- Respeto a las Leyes laborales del país
- No utilización de cualquier forma de discriminación, (raza, color, religión etc.)
- Suministro de un sistema de servicio al consumidor (SAC)
- Uso de contratos con consumidores y otras empresas que sean claros y objetivos

La gestión de los aspectos ambientales es regida por procedimientos específicos, además de modelos de informes e indicadores de sostenibilidad.

Tienen la premisa de que, para alcanzar el éxito con los clientes, con el objetivo de proporcionar experiencias que les agraden, se debe primero preparar a los colaboradores. Por eso, realizan inversiones para entrenarlos, reforzando los comportamientos positivos y asegurando que adquieran habilidades en los múltiples canales de comunicación. Con miras a garantizar esa idea, adoptaron algunas soluciones para medir la percepción de sus clientes respecto al servicio, desde encuentros cara a cara a conversaciones por teléfono, comunicaciones digitales y cualquier otra forma de contacto. Entre a las estrategias para fidelizar a sus clientes destacan que Leadsolution cuenta con seis principios básicos de servicio a sus clientes, pues reconocen que un buen servicio trasciende el tratar bien, con honesti-

dad y buena educación a los clientes, proveedores y colaboradores, pues esto es solo un deber. El diferencial está en el profesionalismo de enfrentar objeciones y estructurar un proceso de servicio adecuado las necesidades del solicitante. A continuación, los seis principios de un buen servicio para Leadsolution:

- Entiende a tu cliente, proveedor, colaborador
- Siente placer en servirlo
- No llesves tu servicio con antipatía
- Mantén comunicación con seguridad, claridad, objetividad y transparencia
- No abandones a tus clientes, proveedores y colaboradores
- Habla el idioma del buen servicio

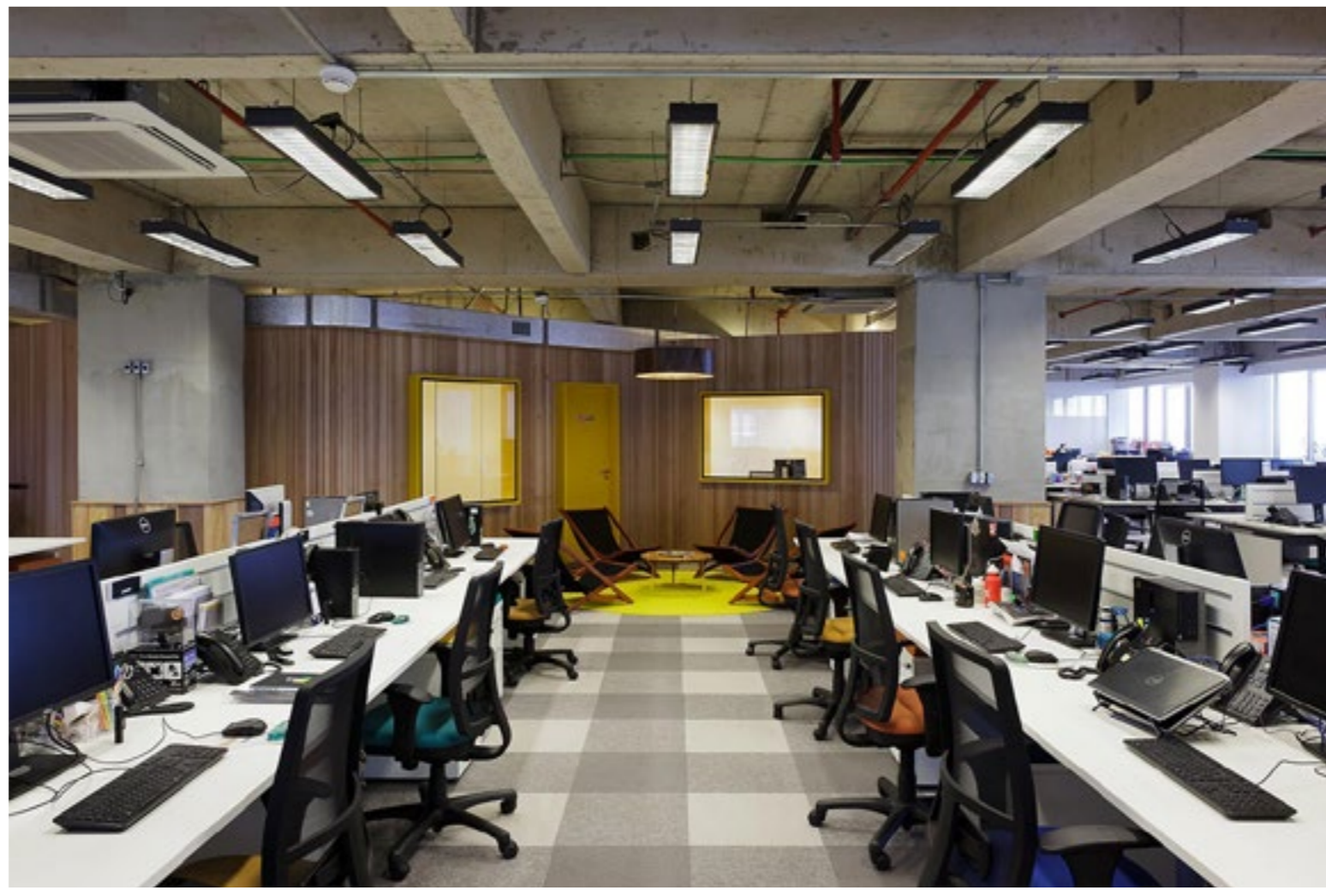
Por garantizar una mayor participación en el mercado, la reputación es un gran componente para la estrategia de crecimiento de la empresa. Su adquisición ocurre solo cuando se prueba que la inversión en la empresa produce grandes beneficios a lo largo de su trayectoria. Una buena reputación ofrece una excelente visión del negocio para la organización, evidenciando que la iniciativa que realmente hace aquello que dice y no está hecho solo de promesas.

La reputación es un aspecto considerado importante para la longevidad de la empresa, especialmente en momentos de crisis. Las recesiones se pueden resolver si tan solo hay

una buena reputación, pues el público tiende a apoyar y ser más fiel a negocios con esa característica, es una cuestión de confianza en el producto o servicio, que sea de calidad y producido por una empresa que busque siempre lo mejor.

Con los avances tecnológicos, el abandono de la verticalización –caracterizado por el modelo de producción taylorista– y los clientes cada vez más exigentes, Leadsolution busca día tras día el esmero en áreas impactantes como el medio ambiente, la informática, la automatización, el benchmarking, entre otros. Sin embargo, eso trae como consecuencia en el ambiente interno de la organización un gran desgaste mental y físico de todos los colaboradores. Por ello, la empresa viene alterando el pensamiento empresarial, de funcional a sistémico o por procesos, donde cada departamento o sector será importante en la etapa siguiente, con eso sus empleados dejan de ser clasificadas como meros robots y pasan a asumir un papel fundamental y decisivo.

La Gestión Estratégica de Personas es el equilibrio indispensable en Leadsolution, pues busca entender a los colaboradores y el contexto en el cual están insertados, fundamentando y compactando en un único horizonte la satisfacción de cada uno de los involucrados, al mismo tiempo que apalanca los cambios y tomadas de decisiones que la organización tanto necesita. Para lograr el éxito en esa gestión, todos en la empresa necesitan asumir la responsabilidad de administrar y liderar personas.



Leadsolution tiene hoy su sistema de compliance implantado, pero aún ésta en búsqueda de la perfección para que el sistema alcance los 100%. Las principales directrices adoptadas son:

- Haz un análisis de riesgos
- Arma un plan de acción
- Crea un código de conducta
- Establece canales de comunicación
- Capacita a los colaboradores
- Monitorea el funcionamiento del programa
- Evalúa y corrige problemas

Poner en práctica y de manera efectiva fue el mayor reto que enfrentaron. Por un lado, es necesario adoptar el compliance en las plantillas determinadas por la ley, de otro, él también debe respetar las propias particularidades de la compañía, del segmento de actuación de la empresa, así como la relación con los clientes y proveedores. Sin embargo, sobre todo, un programa de compliance debe ser acogido por todos los colaboradores. No sirve intentar aplicarlo con adhesión solamente de la alta administración. La cultura ética debe hacerse notar en todos los niveles de la organización, por lo que la etapa de comunicación fue esencial para que todos tuvieran conocimiento sobre las directrices y se volvieran conscientes sobre sus aportes en los valores éticos de la empresa.



HOJE
PROCURAR CLIENTES
VIROU TRABALHO DE
ESPECIALISTA

AJUDAMOS VOCÊ A ACHÁ-LOS.

AGÊNCIA LÍDER NO SEGMENTO DE LEAD GENERATION NA AMÉRICA LATINA.

GERAÇÃO DE LEADS QUALIFICADOS. PLATAFORMA DE WHATSAPP MARKETING. CAMPANHAS ONLINE COM FOCO EM PERFORMANCE.

PLATAFORMA DE MÍDIA PROGRAMÁTICA. ENVIO E GERENCIAMENTO DE MENSAGEM FONADA. CAMPANHAS E GERENCIAMENTO DE GOOGLE, FACEBOOK, TWITTER, BLOGS, PORTAIS.

PLATAFORMA DE SMS MARKETING. DISPARO DE EMAIL MARKETING PARA BASES SEGMENTADAS. COMPRA ESTRATÉGICA DE MÍDIA ONLINE.

LEADSOLUTION
 A FORMA MAIS EFICAZ DE APROXIMAR O CLIENTE DA SUA EMPRESA.

(11) 2823-2083
 WWW.LEADSOLUTION.COM.BR
 CONTATO@LEADSOLUTION.COM.BR

GUINO E MOTTA SOCIEDADE DE ADVOGADOS



GUINO & MOTTA
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

JUNTOS SIEMPRE SOMOS MÁS FUERTES

Guino e Motta Sociedade de Advogados presta servicios de Asesoría Jurídica en la ciudad de Taubaté, estado de São Paulo, actuando en diversas áreas del derecho como Laboral, Civil, Proceso Civil y Tributario, Prestación de servicios en diversos segmentos, incluyendo: piezas para automóviles, contratistas, seguras, Shopping Centers y empresas hoteleras. Con enfoque en la solución de problemas y el conflicto de sus clientes, actuando de manera preventiva y contenciosa. A pesar de trabajar juntas desde 1999, las abogadas Juliana Rodrigues Guino Camargo y Gabriela Ain Motta de Souza inauguran el despacho en 2011.

Con 8 colaboradores, siendo 7 abogados y 1 secretaria-administrativa, la sociedad actualmente realiza sus servicios en las regiones de Vale do Paraíba, litoral norte del país, sur de Minas Gerais y Gran São Paulo; la sociedad cuenta aún con alianzas con despachos de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia y Brasília, con miras a la mejor relación con sus clientes. El proyecto más importante de Responsabilidad Social Empresarial implementado por el despacho fue la alianza con el proyecto Carbon Stop para la siembra de más de mil árboles, en conjunto con la empresa de la hermana (3G3 - Guino Consultoría Empresarial). Con

base en la cuantificación de las emisiones de gas carbónico equivalente, que es una estandarización del potencial de calentamiento global, y a través de una herramienta de cálculo tuvieron como resultado el plantío de árboles para la compensación de las emisiones de carbono de todo consumo de papel y combustible de sus clientes y colaboradores de aquel año.

Entre otros de sus programas de RSE están: utilización de materiales reciclados; exclusión de cualquier consumo de plástico en el despacho; patrocinio cultural en las modalidades de natación y carrera de paratletas de la ciudad de Taubaté, São Paulo, y también para el Teatro y la Música de la ciudad de Taubaté, entre otros pequeños trabajos sociales.

Con sus clientes y colaboradores actúan siempre entendiendo las necesidades para que juntos planteen metas y construyan una estrategia para alcanzar el resultado, de manera segura y dentro de los principios éticos que nordean la actividad jurídica. Siempre buscan escuchar a todos los involucrados y creen que en conjunto logran traer su función el reflejo correcto de la situación y actuar de manera positiva en el resultado.

Para Guino e Motta Sociedade de Advogados la reputación corporativa es el punto principal de todo y cualquier funcionamiento corporativo. Con una buena gestión se garantiza personas satisfechas y comprometidas con el trabajo, consecuentemente, generando un resultado eficaz.

Son extremadamente exigentes en cuanto la ética y comprometimiento, estas características son vistas como puntos anclas de toda y cualquier relación y apenas aquellos con los mismos principios logran permanecer juntos a Guino e Motta Sociedade de Advogados. Tras esa década de trabajo, alcanzaron su mejor equipo corporativo de servicio al cliente y de satisfacción interna.

Respecto al compliance, como oficina de abogacía, no solo implementan como actúan junto a sus clientes, orientando todos los puntos débiles de cualquier impacto negativo y los riesgos del compliance. Para Guino e Motta Sociedade de Advogados «el mayor reto es siempre alterar la mentalidad corporativa y la dificultad de implementar lo "nuevo", crear reglas, procedimientos y procesos seguros junto a cada área del cliente, para que después puedan seguir de manera natural».



KAPA PAVIMENTAÇÃO



Promoviendo acciones de bienestar y endomarketing

Kapa Pavimentação es una empresa de infraestructura que tiene como enfoque la pavimentación. Inició sus actividades en diciembre de 2012, atendiendo a la demanda existente en concesionarias de autopistas por empresas especializadas en mantenimiento y conservación de pavimento.

El enfoque de Kapa Pavimentação es el sector privado, atendiendo a la demanda de concesionarias de autopistas, urbanizaciones y venta de material maquinado para pavimentación. La empresa genera 210 puestos de trabajo directos y aproximadamente 70 indirectos.

Kapa Pavimentação busca ejecutar sus servicios con niveles de excelencia en seguridad, calidad y plazo, atendiendo a las expectativas de sus clientes externos, mientras promueve acciones de bienestar y endomarketing para la satisfacción de sus clientes internos y proveedores.

Su estrategia es de gestión horizontal, en que todos los involucrados forman parte del proceso de decisión. Desarrollan metas en las que todos dependen del resultado del equipo, y no del alcance individual; hacen reuniones en las que los líderes puedan presentar los



errores y avances en los procesos y proyectos de la empresa, buscando siempre el mejor para su organización y compañeros, ya sean colaboradores, proveedores o clientes. Ética y Responsabilidad Social Corporativa

La empresa Kapa implantó este año su plan de ética, con acciones de divulgación interna, bien como su misión y valores, con participación de todos los colaboradores.



PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS LTDA



Invirtiendo en responsabilidad social corporativa, apreciando por lo bien de las personas

Painel Arquitetos Associados Ltda. presta servicios de arquitectura de edificaciones e interiores con excelencia en proyectos diferenciados. Iniciaron sus actividades en 2012, con a propósito de innovar y de no practicar la forma comercial y fría que la arquitectura muchas veces es tratada. Comenzaron con tres socios, Henrique Hoffman, Gustavo Campana y Paulo Emílio Carneiro.

Desde los primeros proyectos, buscaban atender el plazo y objetivo, pero siempre con un diferencial, algo que promoviera una experiencia innovadora y sorprendente al cliente.

Así, rápidamente expandieron su actuación en prácticamente todo Brasil con proyectos de Shoppings Populares y Ferias. Posteriormente, ganaron espacio en el mercado con proyectos Prediales, Casas de alta calidad y, aún, con el sector hotelero, en el cual incluso fueron premiados por una red hotelera multinacional por la calidad de los servicios prestados. Actualmente trabajan en mercados del tipo B2C y B2B, atendiendo desde grandes compañías, como redes hoteleras o constructoras, hasta el cliente final, como tiendas y personas naturales.



Programas de Responsabilidad Social Empresarial

Painel Arquitetos Associados Ltda. realiza proyectos personalizados. Buscan entender primero la real demanda para entonces proponer soluciones y acciones directas y adecuadas para mejor servicio al cliente.

Sus Programas de Responsabilidad Social Empresarial están divididos en dos vertientes, una interna (colaboradores) y otra externa (sociedad).

Los principales programas RSE de acción interna fueron a implementación de Gestores dos Sonhos [Gestores de Sueños], que constituye en el uso de viajes para formación de equipo y en el uso de entrenamientos de esmeros en Softwares y Herramientas Digitales. Gestores dos Sonhos como proyecto es motivo de orgullo en la empresa por representar su propósito, apreciar por el bien de las personas.

Gestores dos Sonhos fue posible por el trabajo dedicado durante meses con cada colaborador de Painel Arquitetos Associados Ltda. buscando cuales eran sus princi-

pales sueños y anhelos, dentro y fuera de la empresa. «Buscar siempre el bienestar del equipo, creyendo que la mejoría del clima interno es esencial para la interacción y evolución de las personas y de las empresas».

Ya en la vertiente de acción externa, realizan donaciones de proyectos arquitectónicos, como ejemplo el Proyecto de accesibilidad para ONG Molino Cultural - Pantanal - MS, que trajo como resultados positivos accesibilidad física, comodidad y tranquilidad para miles de niños; La intervención en la construcción de una casa en Nova Lima - MG, a partir del feedback del ingeniero responsable, apuntando a la situación crítica del proyecto y los riesgos que la población estaría sujeta como la probable caída, lo que podría haber acarreado muertes; entre otros proyectos de asistencia social.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Todos los proyectos arquitectónicos son elaborados considerando la importancia de la sostenibilidad, considerando el consumo y la producción responsable para las Ciuda-

des y Comunidades. La asociación trae en su metodología y en su cotidiano los principios del trabajo decente y crecimiento económico, bienestar, innovación, alianzas, paz y justicia entre otros que forman de su metodología y cotidiano.

Compliance

El Compliance está siendo implementado gradualmente. Actualmente, sus contratos cuentan con cláusulas acerca del tema. En este contexto, entre las principales directrices implementadas están el análisis de empresas en el apartado corrupción, no son firmados contratos con empresas con sospechas o involucradas en corrupción, y la práctica de Due Diligence antes del cierre de cada contrato como una forma de evaluación de riesgo previo a la contratación.

Por ser una empresa de pequeño porte, uno de los desafíos para Painel es crear un sector exclusivo, dentro de la empresa, de Help Line, con el intuito de promover un ambiente para preguntas y preocupaciones asociadas a actividades antiéticas e ilegales.




HÁ 8 ANOS NO MERCADO, A PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS ALIA CRIATIVIDADE COM RESPONSABILIDADE, VISANDO SEMPRE A EFICÁCIA E O MELHOR RETORNO PARA O CLIENTE. A EQUIPE CONTA COM PROFISSIONAIS COMPETENTES, FOCADOS NA PRODUTIVIDADE E COMPROMETIMENTO COM O PRAZO E QUALIDADE DO SERVIÇO.

 WWW.PAINEL.ARQ.BR

 PAINEL_ARQUITETOS

 PAINELARQUITETOSASSOCIADOS

 55 31 25553663



GRUPO CALA PERÚ



El reintegro social su grande proyecto de responsabilidad social corporativa

Grupo CALA es una empresa Multilatina cuya Misión es Crear Familias y Hogares Impecables, siendo los mejores aliados del hogar y cuidado personal a través de los productos que ofrecemos; deleitando, inspirando y trascendiendo de generación en generación.

La empresa fabrica y comercializa más de 6 marcas en los territorios de Perú, Colombia y Venezuela (Ña Pancha, Caricia, Moncler, Supremos, Tras, Cristal).

La empresa nació en octubre de 2015, tras la adquisición de marcas de la empresa transnacional Procter & Gamble, e inició sus operaciones en el mismo año en Perú, Colombia y en

Venezuela en 2017. Actualmente, CALA está presente en las operaciones de Manufactura y Distribución, también cuenta con oficinas administrativas en La Ciudad de Panamá.

CALA alcanza todo el territorio nacional de los 3 países y abarca los diferentes tipos de puntos de venta existentes en cada mercado. Llega directamente a las más importantes cadenas de supermercados y farmacias de cada país y, por medio de una red de aliados comerciales, a los diversos puntos en los que los consumidores se abastecen: almacenes, bancas de mercado, supermercados independientes, plazas mayoristas etc.



Programas de Responsabilidad Social Corporativa

CALA participa de varios programas de responsabilidad social que se concentran en una variedad de cuestiones, como reintegración social de personas abandonadas y destechado, cocinas de sopa en poblaciones vulnerables, atención a cáncer de adultos mayores y becas escolares.

El gran desafío es encontrar iniciativas sociales sin fines de lucro compartan los valores de nuestras marcas y compañeros.

La empresa se ha involucrado en proyectos de RSE con base en los intereses y sugerencias de sus propios colaboradores y comunidades. Se involucran, participan y aportan con fondos para expandir los beneficios y el impacto de cada proyecto. El proyecto más significativo es Panabus, en Venezuela. Panabus es una red de asistencia a personas sin hogar, que promueve su reintegración social. Sus empleados realizan trabajos voluntarios en sus unidades móviles y donan un porcentaje de sus ventas a la continuidad del programa.

En Colombia, participaron del programa «Fútbol con Corazón», una empresa social que usa el fútbol para desarrollar valores y habilidades para la vida infantil, sus becas de estudios permiten el acceso a una educación de calidad en comunidades vulnerables. Siempre orgullosos y felices en ver el crecimiento de aliados afiliados a la FCC, que les permite buscar nuevas plataformas sociales que exigen soporte para su expansión.

Saben que los programas de RSE deben ser mantenidos a lo largo del tiempo y no deben ser temporales; por lo tanto, están formando su equipo de voluntarios de CALA, donde colectan las expectativas que los empleados tienen a respeto y como pueden encontrar e ingresar en asociaciones, fundaciones, entre otras, para participar activamente y alcanzar las personas que más necesitan de nuestra contribución. Para este año, forma parte de su plan encontrar un aliado con quien realizar un programa de RSE en Perú.

Sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Comercializan solo productos y suministros biodegradables con certificaciones «libre de crueldad», «aceite de palma sostenible» y sus procesos industriales no contaminan el medio ambiente (ruido cero, emisiones físicas y químicas).

Su objetivo corporativo les orienta a trabajar con orgullo para satisfacer y exceder las expectativas de sus consumidores, clientes y colaboradores. Creen que el éxito sostenible solo se alcanza cuando todas las partes interesadas se benefician de su gestión. Consecuentemente, ellos se dedican a interactuar con cada una de esas entidades para identificar sus intereses, necesidades, co-proyectar nuevos planes de negocios y definir medidas específicas de desempeño que son revisadas, juntas, regularmente.

Reputación corporativa

Su modelo de negocios se basa exclusivamente en la confianza que sus consumidores, colaboradores y aliados comerciales depositan en sus marcas diariamente; por ello, protegen rigurosamente su reputación.

El objetivo del negocio, la cultura organizacional, la estructura de gobernanza corporativa, el programa de RSE, las certificaciones externas y la selección de compañeros de negocios son herramientas fundamentales que garantizan la estricta conformidad con las buenas prácticas de negocios y cuidan de imagen.

Ética y Compliance

Consideran que la empresa y los individuos hacen parte del tejido social en que operan; por tanto, exigen el cumplimiento del código de conducta en cada miembro de la organización, además de garantizar que sus prácticas de negocios aporten constantemente para la sociedad.

Tienen un riguroso programa de conformidad que garantiza que operan ética, sostenible y responsablemente. Implementar manuales de conducta, documentar políticas y procedimientos para todas las actividades, evaluar los riesgos y controles internos de la empresa mensualmente por medio de la gobernanza corporativa, posibilitar un canal de informes y realizar de forma proactiva auditorías periódicas con entidades externas y gubernamentales.



COMPAÑÍA DE ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y ASEO



Trabajamos orgullosos desarrollando marcas para ser los mejores aliados de tu hogar

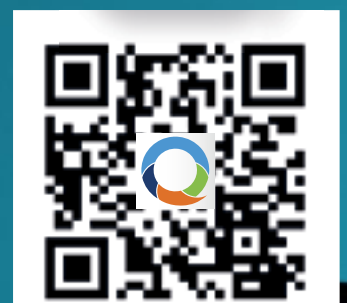
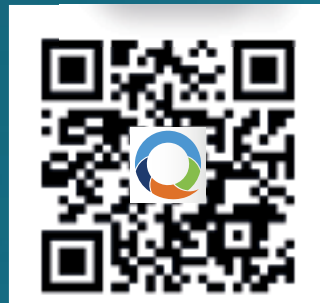
CALA



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY IS OUR MISSION

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG