



QUALITY

MAGAZINE

Septiembre 2020

Nº 231

NOTA CENTRAL

ODS 12 GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

ECON. DAVID FLORES

Reitor do renomado Instituto Tecnológico Cordillera (ITSCO)



UNA MIRADA A LA ECONOMÍA CIRCULAR Y EL MEDIO AMBIENTE
LIC. LILIANA ARÉVALO

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE
UNA PERSPECTIVA DESDE EL MARCO DE LA AGENDA 2030
LIC. DAVID LUENGAS HERNANDEZ

PRODUCTIVIDAD Y CONSUMO
UNA VISIÓN CRÍTICA DE LAS RELACIONES PRODUCTIVAS
LIC. JULIO ARAÚJO

LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD
EN EL CONTEXTO DEL COVID-19
LIC. PAMELA VELASCO MALDONADO

+12

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



PERFILES EMPRESARIALES



**RED GLOBAL
DE MENTORES**

**¿QUIERES APALANCAR TU
CARRERA PROFESIONAL
COMO MENTOR O
MENTORA?...**

HAY MILES DE EMPRESAS, PROFESIONALES, Y PÚBLICO EN GENERAL QUE NECESITA ALGUIEN QUE LES AYUDE, QUE LES GUÍE, QUE LES ANIME Y MOTIVE, QUE LES LLEVE POR UNA SENDA MÁS RÁPIDA, SEGURA Y CON MENOS DOLOR. ESE O ESA ERES TÚ. SU MENTOR O MENTORA.

**¿PERO CÓMO TENER CREDIBILIDAD
INMEDIATA PARA QUE TE CONTRATEN
COMO MENTOR O MENTORA HOY?**

**DÉJANOS
DARTE ESA
CREDIBILIDAD
CON UNA
CERTIFICACIÓN
PROFESIONAL.**

**¡CONSIGUE AHORA TU CERTIFICACIÓN
COMO MENTOR O MENTORA PROFESIONAL!**

WWW.RGMENTORES.ORG/CERTIFICACIONES

RGM - RED GLOBAL DE MENTORES
LA PRIMERA ORGANIZACIÓN MUNDIAL EN HABLA HISPANA
DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL DE LA DISCIPLINA DEL MENTORING.

TELÉFONO: +34 9 341 340-0811
WHATSAPP: +34 9 341 342-1024
EMAIL: INFO@RGMENTORES.ORG
WWW.RGMENTORES.ORG



06

PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

12

UNA MIRADA A LA ECONOMÍA CIRCULAR
Y EL MEDIO AMBIENTE

LIC. LILIANA ARÉVALO

18

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE UNA
PERSPECTIVA DESDE EL MARCO DE LA AGENDA 2030

LIC. DAVID LUENGAS HERNANDEZ

24

PRODUCTIVIDAD Y CONSUMO - UNA VISIÓN CRÍTICA DE
LAS RELACIONES PRODUCTIVAS

LIC. JULIO ARAÚJO

31

LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD EN EL CONTEXTO
DEL COVID-19

LIC. PAMELA VELASCO MALDONADO

32

NOTA CENTRAL

34

ODS 12 GARANTIZAR MODALIDADES
DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

ECON. DAVID FLORES

46

REPORTAJES:

48

REPORTAJE:
BLUETRADE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

54

REPORTAJE:
CAFÉ PSIQUÊ

60

REPORTAJE:
BIOMA AMBIENTAL

64

REPORTAJE:
GALPÃO FROPEL

70

REPORTAJE:
VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISE LTDA

76

REPORTAJE:
O.A SOCIEDADE DE ADVOCACIA

84

REPORTAJE:
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA (UPSIN)

90

REPORTAJE:
BRILHO SOLAR LTDA

96

REPORTAJE:
SIMONE BAGUINSKI ADVOCACIA

104

REPORTAJE:
ISEEA SRL

112

REPORTAJE:
IMPERWASH



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

DIRECTOR GENERAL QUALITY MAGAZINE

LIC. JUAN LUIS CORREA

jlcorrea@laqi.org

VICEPRESIDENTE EJECUTIVA

LIC. PAULA PONTES

paula@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI

thiago@laqi.org

MANAGER - LAQI MEMBERS

LIC. GLEICE SOUZA

gleice@laqi.org

PERIODISTA

LIC. EDMUNDO PASCHOAL

edmund@laqi.org



PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡BIENVENIDO A LA EDICIÓN 231 DE NUESTRA QUALITY MAGAZINE!

Siempre es un placer escribirles. En esta edición de agosto, trataremos de un tema delicado e importante como eje temático; **ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles**. 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.

Vivimos en un momento único en nuestra historia y aunque esta crisis parece diferente de las que ya enfrentamos, no es la primera vez que los líderes se enfrentan a un desastre a gran escala, una economía en dificultades o lo desconocido.

En LAQI enfocamos nuestros esfuerzos en compartir información valiosa para que los líderes se basen en tomar decisiones más firmes, evitando lo peor: despidos y quiebras. Mejor que señalar futuros distópicos es señalar posibles salidas. Este es nuestro compromiso público en este momento.

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 **Reporte del Quality Festival 2019**. Son recuerdos hermosos de lo vivido en el año pasado y que repetiremos este 2020 en un formato totalmente híbrido. A través de este valioso documento, nuestros **#LAQInoamericanos** y toda la comunidad empresarial latinoamericana podrá obtener más información sobre este importante evento que alcanzó a más de 500 altos ejecutivos de empresas en 19 países. Estas páginas traen 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
Founder & CEO
Latin American Quality Institute



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. Silvio 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



1 de cada 750 bebés nacidos tiene síndrome de Down



Colectivo 21
Perú

Trabajando por la
Inclusión y el desarrollo
de las personas con
síndrome de Down

¿Qué es el síndrome de Down?

Una condición genética que se presenta cuando la persona tiene un cromosoma extra en el par 21 de las células del cuerpo. Se caracteriza por un grado variable de discapacidad cognitiva y ciertos rasgos físicos que le dan a la persona con la condición un aspecto reconocible.

¿Quiénes somos?

Somos una asociación sin fines de lucro que nace con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas con Síndrome de Down, su inclusión en el medio familiar, educativo, social, deportivo, laboral y civil, potenciando el pleno desarrollo de sus capacidades y promoviendo su visibilidad como parte de la sociedad.

En el Perú hay cerca de 30 000 personas con síndrome de Down.



Misión
Trabajar en beneficio de las personas con síndrome de Down, orientando nuestros esfuerzos a hacer valer sus derechos, mejorar su calidad de vida, sensibilizar a la sociedad, promover una sociedad justa y lograr su total inclusión con igualdad de oportunidades, promoviendo el máximo grado de bienestar, autodeterminación, desarrollo personal, respeto y dignidad.



Visión
Lograr una sociedad en la que las personas con síndrome de Down participen en igualdad de condiciones y gocen de las mismas oportunidades que el resto de la población.

Nuestras líneas de trabajo:



Familia: Talleres de empoderamiento a padres, Talleres de sexualidad, Talleres de autoconcepto y autoconocimiento.



Salud: a la fecha, 12 campañas gratuitas de salud en diferentes distritos de Lima.



Educación Inclusiva: a la fecha 20 Campañas de concientización a alumnos, docentes y padres de familia en escuelas nacionales y particulares.



Inclusión Laboral: Talleres de preparación para el trabajo.



Deporte: 1ra Escuela gratuita de fútbol para niños, niñas y jóvenes con síndrome de Down.

¿CÓMO COLOCAR LA MÁSCARA CORRECTAMENTE?



#MASCARASALVA

WWW.LAQI.ORG



ODS 12

**GARANTIZAR MODALIDADES
DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES**

UNA MIRADA A LA ECONOMÍA CIRCULAR Y EL MEDIO AMBIENTE

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) representan los lineamientos básicos para derrotar finalmente a la pobreza y centrar esfuerzos para lograr cambios positivos en beneficio de las personas y el desarrollo sostenible del planeta. Son 17 los objetivos de este trascendente programa y para ello, organismos como el PNUD, trabajan con los distintos gobiernos para integrar los mismos en sus planes y políticas nacionales de desarrollo.

Latin American Quality Institute, en esta edición, se concentra enteramente en el ODS 12: Producción y Consumo Responsable. En ese sentido, es para mí un honor contribuir con mi experiencia desde la mirada como ciudadana y como empresaria para abordar este tema brindándole un enfoque educativo.

“La pobreza es la más nociva de las contaminaciones y la lucha contra ella es igualmente un combate para un medio ambiente mejor”
Indira Gandhi (Cumbre Estocolmo, 1972).

LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Hace años atrás, se veía la conservación del medio ambiente como algo propio de las grandes empresas productivas así como los países más industrializados. Ellos eran quienes tenían que hacerse responsables del cuidado de los recursos naturales, dado que extraían de la naturaleza toda la materia prima necesaria para la producción que posteriormente los individuos consumiríamos y desecharíamos, lo que se conoce como economía lineal: Extraer-Producir-Distribuir-Consumir-Desechar. En las últimas décadas, esto ha venido cambiando, la sociedad cada vez tiene mayor conocimiento y conciencia que el planeta necesita de todas las partes y actores

que la componen para mantenerse en buen estado y seguir siendo un sitio propicio para la vida, tanto de la especie humana y de todos los ecosistemas.

A inicios de los 70's, se empieza a tomar mayor conciencia sobre el estado del planeta y el cuidado del ecosistema, ya no solo a iniciativa de individuos o grupos, sino a escala mundial. Es en este momento cuando las Naciones Unidas convoca la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente “Cumbre de Estocolmo” (1972) realizada en Suecia a la cual asistieron representantes de 113 países para hablar sobre temas medio ambientales y marcó un punto de inflexión en el desarrollo de la política internacional en la tarea de la mejora de un mundo más amigable.

Con ella se da el inicio de un conjunto sistematizado de principios y normas jurídicas que regularían la actividad humana en cuanto al aprovechamiento sostenible del medio ambiente. Asimismo, dio origen a la creación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), encargada de actuar como catalizador, educador y facilitador para promover el uso racional y el desarrollo sostenible del medio ambiente mundial. También se acordó fijar el Día Mundial del Medio Ambiente para fomentar la acción ambiental y es desde 1974 que el 5 de junio se ha convertido en una plataforma global de alcance público que reúne a gobiernos, empresas y ciudadanos en torno a un asunto ambiental apremiante. Todas estas iniciativas en virtud de educar y crear conciencia generalizada para la conservación de nuestro planeta.

Como resultado de la Conferencia de Estocolmo, se comenzó a comprender la importancia de la preservación del medio ambiente y el cuidado de los recursos naturales. Se ha recorrido un largo y difícil camino durante las posteriores conferencias y cumbres sin embargo, el proceso de desarrollo del siglo anterior, la urbanización, y el impacto de las actividades productivas han ocasionado un deterioro importante del medio ambiente, agotamiento de los recursos, afectaciones de salud y pérdida de productividad en el campo.

Aún hay mucho trabajo por hacer respecto a fomentar la educación ambiental, fomentar el ahorro, mejorar la normatividad y seguir desarrollando energías alternativas.

SATISFACIENDO UNA NECESIDAD

Si bien el hombre es el artífice del medio que le rodea el cual le da el sustento material y le brinda la oportunidad de desarrollarse, tanto intelectual como social y espiritualmente, es también el responsable de la protección y mejoramiento del medio ambiente ya que es una cuestión fundamental que afecta al bienestar y el futuro de los pueblos y al desarrollo económico del mundo entero.

Habitamos en el planeta para ser felices y somos felices cuando se ven satisfechas nuestras necesidades. Cuando una persona consume un bien, está satisfaciendo una necesidad y al satisfacer esa necesidad incrementa su bienestar y con ello su nivel primario de felicidad.

Pero, esos bienes que consumimos y que nos hacen sentir felices, ¿de dónde vienen?. Obvio está decir de la naturaleza, de la explotación de los recursos naturales y eso está bien. No es el qué hacemos, lo que se cuestiona, sino el cómo lo hacemos, y ese cómo es lo que ha llevado a que toda la tierra se vea afectada y con ello la población mundial, con resultados como el cambio climático debido a la contaminación, gases de efecto invernadero y finalmente el deterioro del medio ambiente y nosotros como individuos al consumir los bienes, sin tomar conciencia de cómo son producidos. De alguna manera también nos estamos haciendo cómplices.

Aunque actualmente hay muchos actores participantes en este tema, pasando por los gobiernos, organizaciones mundiales y el sector empresarial, nosotros como consumidores tenemos una labor valiosa e irrenunciable: somos los responsables de marcar el ritmo de producción y las condiciones en las que estamos dispuestos a consumir.

ECONOMÍA CIRCULAR

En el año 1980 se utilizó por primera vez el término “economía circular” para describir un sistema cerrado de las interacciones entre economía y medio ambiente. Las intenciones y primeras acciones de cambiar los hábitos de producción y, por consiguiente, los hábitos de consumo permiten que el modelo de economía lineal comience a migrar hacia un modelo de economía circular.

La economía circular es una alternativa imprescindible para la sostenibilidad. Se trata de un pensamiento económico basado en la reducción tanto del consumo de los materiales como en la producción de desechos vírgenes, cerrando los bucles o flujos económicos y ecológicos de los recursos.

Este modelo se trata de romper el paradigma de la economía lineal de comprar, usar y desechar, para cambiarlo por el de: reducir, reutilizar y reciclar con la firme convicción de que en todo momento se considere incrementar el ciclo de vida de los productos y/o las materias primas que los componen.

La economía circular podría reducir hasta un 99% los desechos de algunos sectores industriales y un 99% de sus emisiones de gases de efecto invernadero, ayudando así a proteger el medio ambiente y combatir el cambio climático.

A pesar que muchas empresas están trabajando hacia una economía circular, esto todavía no hace a los consumidores tomar conciencia para ir a la acción. Millones de empresas trabajando en ese objetivo no pueden lograr lo que miles de millones de seres humanos pueden hacer para transformar la realidad actual. Ésa es la gran diferencia. Hay que poner en marcha la creación de alianzas que se multipliquen y sean sostenibles en el tiempo para trabajar de la mano de gobiernos, ONG's, y los mismos consumidores, pero es responsabilidad de cada uno tomar conciencia y hacerse responsables.

Las personas, como Consumidores Conscientes. ¿Qué hacemos para generar éstos cambios?

¿Estamos utilizando los productos el mayor tiempo posible dentro de una economía?

Cuando consumo algo... ¿cómo lo hago? Cuando desecho algo... ¿cómo lo hago?

Una forma de empezar a tomar conciencia es por ejemplo: una vez que estemos frente a la adquisición de un producto, detenernos y pensar si en realidad es necesario o valioso o si brindará algún tipo de bienestar adquirir ese producto.

Para ello nos podemos valer de preguntas como: ¿Es realmente necesario? ¿Es un producto de larga duración? o puedo ahondar más mis cuestionamientos como ¿Es un material reciclable? ¿Puede ser donado para un segundo uso? Y por último, más profundo aún, imaginar los impactos sociales y/o ambientales generados durante la extracción de las materias primas, su producción, la forma de distribución, es decir toda la cadena del producto hasta llegar a mi consumo final.

¿Parece desgastante? Si lo puede ser al principio, pero es así como vamos generando conciencia del beneficio que nos aporta o no adquirir un bien. Podemos empezar con una pregunta: ¿en realidad lo necesito o puedo prescindir sin él? Aquí se engloba todo y reduciríamos el nivel de consumo en grandes proporciones.

Recuerda que si no hay demanda no hay oferta, en otras palabras si no compras, las empresas no venden y dejarán de producir o por lo menos cambiarán su forma de producción.

Si se trata de un producto que realmente va a satisfacer mi necesidad de consumo, hay muchas formas asegurarse que éste pueda ser reciclado o reutilizado y para ello existen empresas y puntos de acopio que se encargan de su reprocedamiento. Si se trata de comestibles, se pueden crear compostas en jardines para su descomposición.

ECONOMÍA CIRCULAR: EXCELENTES INICIATIVAS

Algunas iniciativas a nivel mundial se vienen realizando en los últimos años, aquí algunos ejemplos:

Neumáticos que se transforman en zapatos. La empresa Ecozap fabrica zapatos ecológicos y de Comercio Justo veganos, sin utilizar pieles ni tóxicos y usando materiales como los neumáticos.

Botellas reutilizables. La empresa Taiti produce botellas de acero inoxidable reutilizables que se encargan de poner al servicio de los asistentes en eventos masivos, recoger y luego limpiar para su siguiente uso. De esta forma, cierran el círculo de consumo y cumplen su misión principal: terminar con el consumo de envases de un solo uso que tanto daño hacen al planeta.

Decoración con desechos electrónicos y plásticos. Miniwiz es una empresa que tiene la sede en Taiwán y que se dedica a reciclar basura proveniente de aparatos electrónicos o productos de la construcción para convertirlos en material de construcción. Entre otras cosas, creó el interior de las tiendas de Nike.

Cenizas de Bosques. Ashes to Life es una marca ecológica que nace con el objetivo de regenerar los bosques incendiados del mundo. Cuando se quema un bosque solo quedan cenizas. Desde Ashes To Life, aprovechan estas cenizas que surgen cuando un bosque se incendia para crear productos cosméticos ecológicos e inventar estos beneficios en la restauración y reforestación de estas zonas. Consiguen así crear vida de nuevo.

MEDIO AMBIENTE Y COVID-19

La llegada del coronavirus ha puesto a prueba en distintos ámbitos de nuestras vidas, como los cambios en la vida cotidiana, producto del aislamiento social, y diversas actividades espontáneas, sin embargo, a pesar de ello, es importante destacar que una de las consecuencias más positivas de esta pandemia ha sido la recuperación de nuestro medio ambiente:

- El cielo ha recuperado el color azul en Wuhan, la región china donde se detectó por primera vez el coronavirus en diciembre;
- Sao Paulo, la ciudad más poblada de Brasil, se redujo 33% la contaminación del aire, por la pandemia.

- En Venecia, los canales se han vuelto tan transparentes que en el fondo pueden verse bancos de peces; mientras que en San Francisco el tráfico casi ha desaparecido.
- La Agencia Espacial Europea difunde imágenes de satélite que muestran el descenso de la concentración de dióxido de nitrógeno en el norte de Italia entre enero y marzo.
- En Lima, se respira el aire más limpio de los últimos tres años. Los niveles de contaminación han bajado repentinamente en más del 50%, a comparación de los niveles que se registraban en las mismas fechas en el 2018. Ahora, las aves litorales de las playas dibujan su paisaje natural y se observan delfines en la costa verde.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)

<https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>

Eco-Innovation Policies in The People's Republic of China:

<https://www.oecd.org/china/44293445.pdf>

El Coronavirus nos deja un mensaje de la naturaleza y es que para ayudar a prevenir futuras pandemias como la del COVID-19, debemos poner fin al comercio ilegal de vida silvestre y la destrucción de hábitats. Debemos trabajar con la naturaleza, no en contra de ella.

De esta forma, educar, tomar conciencia y practicar una economía sostenible y circular cambiará nuestros hábitos de consumo y la forma en la que las empresas diseñan y fabrican sus productos.

El objetivo principal es que las generaciones futuras puedan disfrutar de los recursos naturales que nos ofrece nuestro Planeta Tierra.

FUENTE:

Noticias ONU: <https://news.un.org/es/>

La Vanguardia Natural: <https://www.lavanguardia.com/natural>



LIC. LILIANA ARÉVALO
Mentor-Coach
Gestión de Calidad
Socia-Directora de DIRECCION ESTRATEGICA S.A.C.

COMO GARANTIR A EXCLUSIVIDADE DO USO DA SUA MARCA NO MERCADO?

A marca de uma empresa é um dos principais elementos que a identificam. É por meio dela que seus clientes, ou potenciais clientes, irão reconhecer o seu negócio no mercado. Além disso, ela é considerada um bem imaterial da empresa e também confere um valor agregado ao empreendimento. Por esse motivo, é de extrema importância a sua proteção.

Vale lembrar que a inscrição da empresa na Junta Comercial não garante a real proteção do seu nome comercial, ou seja, não impede que alguém utilize uma marca igual ou semelhante à sua. Caso deseje protegê-la contra possíveis cópias e concorrências, a única forma é solicitar o registro no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Ele garante o uso exclusivo da marca em todo o território nacional, podendo ainda ser estendido para outros países. Mesmo que sua empresa possua uma abrangência local, é preciso lembrar que atualmente grande parte dos negócios tem migrado para o ambiente virtual, o que gera maior visibilidade da marca e conseqüentemente maior possibilidade de cópia. Assim, para obter maior sucesso nas estratégias de marketing digital é fundamental que a marca esteja registrada.

O registro garante a exclusividade da imagem da empresa, construída com muito trabalho, além de possibilitar que o empresário seja ressarcido por perdas e danos em casos de uso indevido e sem autorização da marca. Outro grande benefício do registro é a oportunidade de realizar o licenciamento para a abertura de franquias.

É indicado que o registro seja realizado no momento da criação do negócio, pois caso já exista outro nome, forma ou figura já registrada, a empresa pode ser impedida de utilizar a marca e até mesmo ter que ressarcir o proprietário do registro previamente deferido pelo INPI. Recomenda-se, ainda, antes de realizar a solicitação junto ao órgão, verificar, por meio de software confiável e especializado, se o nome que se pretende solicitar não está protegido por terceiros. Averiguar essa possibilidade com antecedência evita que sua marca seja indeferida pelo INPI.

Não se esqueça, a sua marca é a identidade do seu negócio e por esse motivo merece atenção e cuidado.



PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE UNA PERSPECTIVA DESDE EL MARCO DE LA AGENDA 2030

MARCO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL.

“La tierra proporciona lo suficiente para satisfacer las necesidades de cada hombre, pero no la codicia de cada hombre” - Mahatma Gandhi.



En el mensaje de Mahatma Gandhi encontramos la íntima relación que guarda el medio ambiente y el hombre: La conservación del medio ambiente es un factor crítico para la supervivencia y el desarrollo de los seres humanos, sin embargo, diversos y graves desastres ambientales ocasionados por la actividad humana han provocado un desequilibrio ecológico: deforestación, pérdida de la biodiversidad, contaminación atmosférica y de cuerpos hídricos por citar algunos.

El medio ambiente es la principal fuente de recursos para el desarrollo de los procesos productivos y por ende para el desarrollo de la economía, sin estos elementos no se puede garantizar la triada de la sustentabilidad.

La búsqueda de soluciones a promovido la proclamación de sucesos relevantes en la cooperación ambiental internacional, dentro de los que figuran, la Conferencia del medio ambiente de las Naciones Unidas llevada a cabo en Estocolmo, Suecia, en Junio de 1972, el Protocolo de Montreal relativo a las sustancias que agotan el ozono, el Protocolo de Kioto de las Naciones Unidas sobre el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero que causan el calentamiento global, la Convención de Basilea sobre el control de los desechos peligrosos, la Conferencia de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas llevada a cabo en Río de Janeiro, Brasil en junio de 1992, la cual marcó un cambio clave en la historia de la cooperación ambiental internacional, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible llevada a cabo en Johannesburgo, Sudáfrica, en agosto del 2002, que contribuyó a incrementar la atención de la sociedad civil en un mundo globalizado.

Estos sucesos internacionales sin duda han contribuido a la conservación del medio ambiente, el 25 de septiembre de 2015 se marca una fecha histórica en el contexto mundial de la sustentabilidad, se llevó a cabo la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible en Nueva York, en la cual se aprobó la agenda para el desarrollo sostenible.

La agenda para el desarrollo sostenible o conocida como la agenda 2030 incluye 17 objetivos, los cuales en su conjunto tienen el propósito de erradicar la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, asegurar la prosperidad y proteger el planeta. Esta agenda establece una visión transformadora desde una perspectiva económica, social y ambiental.

El eje ambiental pone en nuestras mentes preocupación y una imperante necesidad de acción que en estos momentos toma gran importancia y relevancia, los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con el planeta, son la clave y solución para ello, ya que sin planeta no hay vida y sin vida no hay crecimiento y desarrollo sostenible.

LA GLOBALIZACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

La globalización es un fenómeno que suele asociarse a procesos económicos, políticos, tecnológicos y culturales, en esta era global existe una fuerte integración de productos, mercados y capitales.

En un mercado globalizado, los consumidores están más informados sobre los requisitos de los productos y servicios ofertados, lo cual hace que sus necesidades y expectativas sean más exigentes,

las empresas que implementan en su modelo de negocio estrategias de responsabilidad social y ambiental encuentran una ventaja competitiva, es por ello que la agenda 2030 en el contexto empresarial se traduce como una agenda de calidad y productividad.

Para poder hablar de calidad y productividad responsable es necesario informar y concientizar en materia ambiental a los consumidores, proveedores y a todos aquellos que intervienen en el ciclo de vida del producto.



La globalización influye en todos los acontecimientos que se producen en el mercado, teniendo como elemento clave la "Producción y consumo responsables" como medio para el desarrollo sostenible.

La producción y consumo responsables tienen como propósito minimizar las emisiones contaminantes a la atmósfera, la reducción de residuos y materiales tóxicos mediante la instauración de estrategias, desarrollo de proyectos e implementación de controles operacionales y actividades que minimicen los impactos ambientales mediante una gestión productiva y de consumo que integre la dimensión ambiental en todo el ciclo de vida de los productos con un enfoque preventivo de la contaminación y la gestión eficiente de los recursos naturales.

El concepto de productividad traducido como "hacer más con menos" lleva implícito satisfacer las necesidades de las personas promoviendo una mejor calidad de vida, en esta definición se considera la disminución de residuos y la optimización de los procesos de producción, así como una gestión más eficiente de los recursos naturales en toda la cadena de producción y de suministros.

Desde una perspectiva sustentable la producción y consumo responsables contribuyen al crecimiento económico, la inclusión social y el cuidado y preservación de los ecosistemas; promoviendo a través de ello un desarrollo económico que no ponga en riesgo el motor productivo empresarial, el impacto social y la conservación de los ecosistemas, mediante estos elementos se podrá satisfacer las necesidades actuales sin poner en riesgo a las generaciones futuras.

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

El propósito del ODS 12 es garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

El objetivo del consumo y la producción sostenibles es mejorar el desempeño ambiental abasteciendo los productos y servicios necesarios para el desarrollo humano desvinculando el crecimiento económico de la degradación medioambiental.

Encontrar nuevas soluciones que ofrezcan modalidades de consumo y producción sostenibles permitirá mitigar efectos adversos relacionados con la utilización de los productos y servicios.

La Organización de las Naciones Unidas declara que el consumo y la producción, como fuerzas impulsoras de la economía mundial, están en función de los ecosistemas y de los recursos naturales, los cuales siguen teniendo efectos destructivos sobre el planeta.

El progreso económico y social conseguido durante el último siglo ha estado acompañado de una degradación medioambiental que está poniendo en peligro los ecosistemas de los cuales depende nuestro desarrollo y ciertamente nuestra supervivencia, por esta razón encontrar soluciones que ofrezcan modalidades de producción y consumo sostenibles redundará en el desarrollo de estrategias empresariales y en la cultura ambiental de los consumidores.

Hay muchas formas para lograr la producción y el consumo responsable, las cuales, con sencillos cambios, pueden tener un gran impacto positivo en la sociedad, por ejemplo, los hogares consumen el 29% de la energía mundial y contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes, por ello, si toda la población mundial pasara a utilizar bombillas de alto rendimiento energético, se generarían ahorros domésticos e industriales, así como la disminución de la huella de carbono. La contaminación de los cuerpos hídricos también es una cuestión apremiante que exige una solución inmediata, ya que estamos contaminando el agua más rápidamente de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar.

En la actualidad, el consumo de los recursos naturales está aumentando y por ende la producción, hecho que genera impactos ambientales relacionados con la contaminación del aire, el agua y el suelo.

Con una visión constructiva, la propagación del COVID-19 se convierte en un catalizador para el cambio social ofreciendo a los países la oportunidad para elaborar acciones de recuperación que reviertan las tendencias actuales y cambien radicalmente los patrones de consumo y producción, construyendo de esta manera un futuro más sostenible.

El consumo y la producción responsable deriva en el uso eficiente de los recursos naturales, con lo cual se podrá conseguir un crecimiento económico y desarrollo sostenible, esto será posible al reducir la huella ecológica como resultado de la implementación de actividades, métodos, procesos y proyectos ambientales que permitan una producción de bienes y consumo de recursos más sostenibles.

"Si no cambiamos nuestra dirección, es muy probable que lleguemos a donde nos dirigimos"
Proverbio Chino.

REFERENCIAS:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Rumbo a la implementación de los objetivos del Desarrollo Sostenible, encuentro anual 2016, Red en México del Pacto Mundial.



LIC. DAVID LUENGAS HERNANDEZ
Director de gestión de calidad y RSE
Bcysa Servicios Industriales S.A. de C.V.



a voice
FORMATURAS

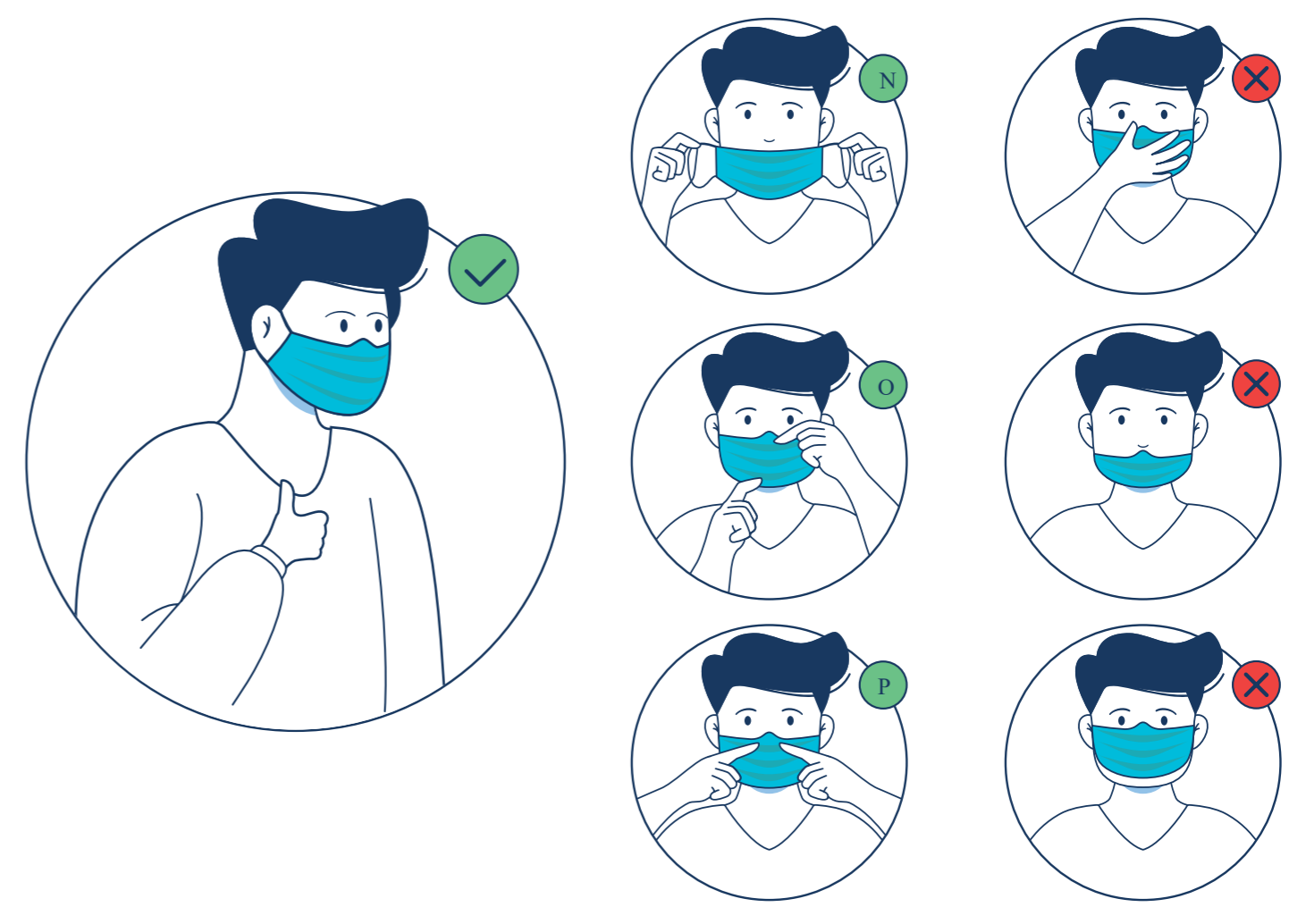
Transformamos
SONHOS
eventos
inesquecíveis!

Venha conhecer a melhor empresa de formaturas do Brasil.

www.avoice.com.br ☎ 0800 400 400 ☎ 11 9 9861 6161

[#avoiceformaturas](#) [#avoiformaturas](#) [#grupovoice](#)

**¿CÓMO COLOCAR LA MÁSCARA
CORRECTAMENTE?**



#MASCARASALVA

WWW.LAQI.ORG



PRODUCTIVIDAD Y CONSUMO - UNA VISIÓN CRÍTICA DE LAS RELACIONES PRODUCTIVAS

Los actuales niveles de competitividad han demandado de las organizaciones modelos de productividad de alta performance. Esos modelos, claramente evidenciados en los procesos innovadores de productividad empresarial, poseen el potencial de ampliar de manera exponencial la capacidad productiva de las organizaciones y, consecuentemente, las presiones ambientales, económicas y sociales.

A eso se suma el ritmo acelerado de la innovación tecnológica juntamente a la ampliación de los mercados; encontramos una cadena productiva compleja, con múltiples actores (consumidores, gobiernos, empresas), diversos intereses y una necesidad continua de readecuación del proceso productivo. En un primer momento, ese retrato de las potencialidades económicas resultantes de la ampliación de los mercados globales de cara a la innovación tecnológica ofrece una perspectiva bastante positiva para las empresas respecto al potencial de mercado y su presencia global, además de las ganancias generalmente dirigidas a los consumidores y ampliamente divulgadas por los grandes medios de comunicación.

Sin embargo, si evaluamos con mayor cuidado el modelo que se dibuja en torno de esa visión y escenario, podremos observar que el ritmo frenético de la propia dinámica competitiva que compone un cuadro bastante desalentador, que va, además del aspecto económico y productivo, involucrando a la sociedad, la economía y el bienestar.

Por esa razón, tratar del tema «estándares de consumo y sostenibilidad» por sí solo ya es complejo y refleja uno de los principales desafíos de la humanidad en el siglo XXI, dado que el tema es transversal

y pasa por todas las pautas y objetivos de desarrollo sostenible en la actualidad.

INSOSTENIBILIDAD Y MODELO PRODUCTIVO

La relación «producción y consumo» es multidisciplinaria e involucra un abordaje económico, productivo, mercadológico, comportamental etc.

En este intento inicial de discutir ese tema tan complejo, utilizaré un importante referencial que establece una crítica respecto del aspecto económico y competitivo sobre el modelo adoptado globalmente por el segmento productivo.

En la perspectiva económica, encontramos un crítico del modelo actual que conduce el tema en el libro «La estrategia del avestruz racional: post-globalización, economía y organizaciones».

En el libro de 2004, el profesor canadiense de origen argelino Omar Aktouf, por medio de una perspectiva crítica, busca establecer los vínculos conceptuales y empíricos entre el pensamiento económico dominante, con la ideología única globalizada y la administración, y analiza las consecuencias de esa relación en términos de la realidad social y material, a qué estamos sujetos en los días de hoy y qué nos espera en el futuro.

Ese análisis realizado por Aktouf presenta algunos cuestionamientos básicos que ponen en jaque aspectos de la mentalidad económica actual.

He seleccionado solo cuatro de esos cuestionamientos para una reflexión introductoria:

PROBLEMAS COMPLEJOS Y SOLUCIONES PLURALES

1. ¿Cómo es posible imaginar seriamente que el planeta puede aguantar en poco tiempo ocho o diez mil millones de individuos, todos buscando incansablemente un crecimiento máximo de su logro?

2. ¿Qué existan relaciones comerciales realmente libres y ventajosas para todas las partes ubicadas entre Goliat y los David?

3. El propio término «ventaja» se usa como un concepto neutral, aunque se sepa como el juego es desigual entre países ricos y países considerados en desarrollo.

4. ¿Cómo es posible presuponer que la arena mundial denominada «mercado» sea una especie de laboratorio transparente y limpio donde los jugadores son completamente transparentes, iguales, poseedores de este poder delante de las instancias internacionales?

En el enfoque y crítica presentados, hemos notado una obviedad en los cuestionamientos iniciales, que invito al lector a reflexionar y contestar, pero que independiente de las respuestas posibles, pueden expresar aspectos esenciales sobre la viabilidad mismo modelo productivo actual y su nivel de sostenibilidad.

Sin embargo, además de dichos cuestionamientos básicos iniciales, quiero señalar un importante aspecto oculto en las entrelíneas del enfoque crítico, que es el respaldo conceptual teórico que valida la forma de pensar y actuar en tenemos competitivos y naturalmente indefendibles de los gestores de la actualidad, lo que nos lleva a creer y explicar en partes a aparente alienación de los agentes inseridos en la cadena productiva global respecto del modelo de operación validado bajo la necesidad de «ser más competitivo» o incluso el desinterés social respecto a una productividad más racional y equilibrada.

Generalmente un problema o cuestión de gran complejidad presenta múltiples posibilidades de enfoque e intervención, y en ese aspecto la relación consumo y sostenibilidad permite una actuación plural, lo que es bastante positivo.

Haciendo uso de un pequeño ejemplo de cadena global productiva, podemos mencionar la relación de consumo de un pequeño producto producido en gran escala, comercializado al por menor, inserto en una economía desarrollada.

Un casco con auriculares comercializado al por menor en la 9ª Avenida en Nueva York recorrió un gran camino para llegar a su destino final antes de ser comercializado.

La materia prima base del producto probablemente fue extraída de algún país en desarrollo, el montaje del producto fue realizado en otro país con salarios, digamos, más atractivos para la industria y comercializado al por menor, posicionado en el centro de una economía global con alto poder de compra.

El valor de US\$ 5 del casco con auriculares comercializado en Nueva York no representa adecuadamente el costo de todo ese proceso y margen de ganancia, sin embargo, en la economía de escala y competitividad global, algunos costos no contabilizados y el costo real productivo es absorbido por las economías en desventaja en ese proceso. En ese caso, tenemos un ejemplo simple de la competitividad insostenible.

Sin embargo, en ese pequeño y resumido ejemplo, logramos ver la potencialidad de múltiples enfoques para una posible relación más sostenible y justa.

Por medio de reglas globales y locales más claras los gobiernos y sociedad pueden explorar los recursos naturales de forma inteligente minimizando las presiones de exploración y protegiendo las comunidades locales, además es posible definir políticas salariales más dignas estableciendo reglas y protocolos de producción y remuneración viables, y establecer estándares de consumo fuertemente asociados a responsabilidad social y ambiental por medio de marcas que realmente promuevan y realicen una producción sostenible.

Esa necesidad de enfoque plural se evidencia en las metas relacionadas al Objetivo 12 de los ODS, que son:

12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha

12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el

suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes

12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales

12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza

12.A Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles

12.B Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

12.C Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación

gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas

Esas metas que componen el objetivo 12 propuesto por la ONU, además de su carácter amplio y múltiple, procuran asegurar estándares de producción y de consumo sostenibles, por medio de indicadores que nortean la propia relación de consumo, y se vuelven una referencia importante para múltiples enfoques de corrección y ajuste social y productivo.

En muchos aspectos, la promesa de un nivel de riqueza desde la ampliación de la competitividad sobrepone una visión de equilibrio, sostenibilidad y racionalidad de los modelos productivos y económicos.

Sin embargo, en la sociedad del siglo XXI, es necesaria una disrupción en la percepción individual sobre consumo y productividad, lo que significa un cambio necesario en las mentes de los gestores y la sociedad. Cabe a cada uno de nosotros un cambio real de nuestra percepción respecto al costo social y ambiental, con miras a una relación con el futuro de formación sostenible, productiva y equilibrada.

Julio Araújo es Maestro Universitario (Grado y Posgrado) en las áreas de administración de empresas, calidad, comportamiento organizacional, estrategia empresarial, inteligencia competitiva e innovación. Maestro de Administración por PUC-SP, con investigaciones en el área de innovación y estrategia.

REFERENCIAS

AKTOUF, Omar. Pós-globalização, Administração e Racionalidade Econômica: a síndrome do avestruz. Atlas, 2004.

ONU. Desenvolvimento sustentável. Disponible en: <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods12/>. Acesso em: 10 set. 2020.



LIC. JULIO ARAÚJO

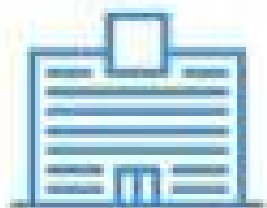
Maestro de educación superior (Graduación y Estudios de Posgrado) en las áreas de administración de empresas, Calidad, Comportamiento Organizacional, Estrategia empresarial, Inteligencia competitiva y innovación. Maestría en Administración (PUC - SP)



Cemitério



Funerária



Clínica



Planos PAX



**PARQUE MEMORIAL
DE GOIANIA**

¿Cómo lavarse las manos?

Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



0 Mójese las manos con agua;



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



2 Frótese las palmas de las manos entre sí;



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



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



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



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



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



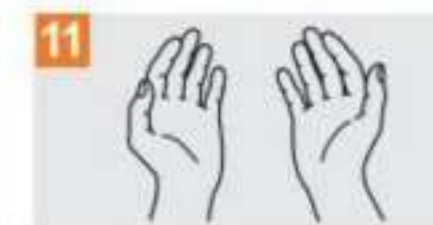
8 Enjuáguese las manos con agua;



9 Séquese con una toalla desechable;



10 Sirvase de la toalla para cerrar el grifo;



11 Sus manos son seguras.

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 nuestros productos e servicios pelo site:

www.memoriaviva.com.br

Fone: (62) 3597-8420

Email: contato@memoriaviva.com.br

LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD EN EL CONTEXTO DEL COVID-19

La pandemia de la Covid-19 ha afectado todas las actividades empresariales y el área de la sostenibilidad no ha sido la excepción. Dentro de la región de Colombia, Ecuador y Perú se han visto numerosos casos de directores de sostenibilidad que han sido despedidos de las empresas ante la crisis sanitaria. Esto es similar a botar al Director Técnico en la final de la Copa del Mundo. Ante esto nos preguntamos, ¿cómo afecta el Covid-19 a los Informes de Sostenibilidad?

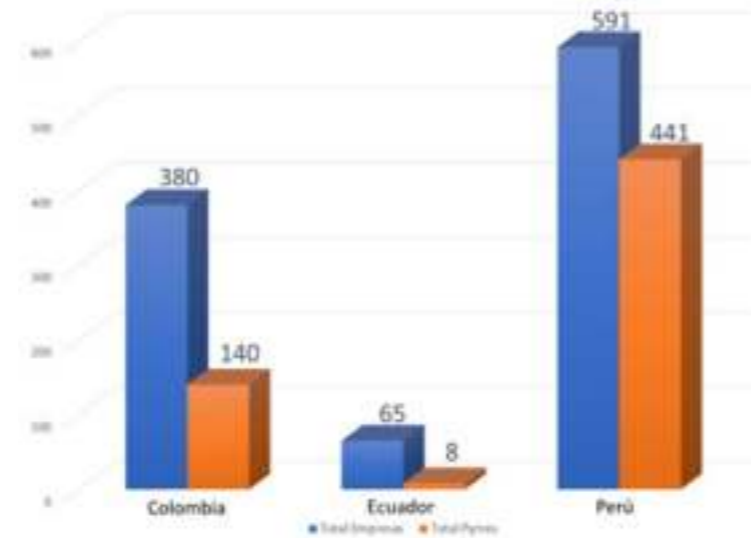
En 2017 el GRI (Global Reporting Initiative) aplicó para Colombia, Perú, Ghana, Indonesia, Sudáfrica y Vietnam el piloto de un programa donde se apoya a las pymes a crear su propio reporte aplicando los estándares del GRI. Esta iniciativa fue financiada por la Cooperación Suiza (SECO) invirtiendo un total de 5.8 millones de dólares.

El año pasado las pequeñas y medianas empresas (pymes) peruanas ocuparon el primer lugar en presentar reportes de sostenibilidad, en el marco del Programa de Negocios Competitivos del Global Reporting Initiative (GRI). Ahora, bajo en contexto de la Covid-19, se realizó un nuevo análisis para determinar si la pandemia había afectado la elaboración de reportes.

Cabe señalar que, en Ecuador, no se ha implementado este programa por lo que puede servirnos como un país de "control" para identificar cuál sería la normalidad sin el apoyo de esta iniciativa. Por otra parte,

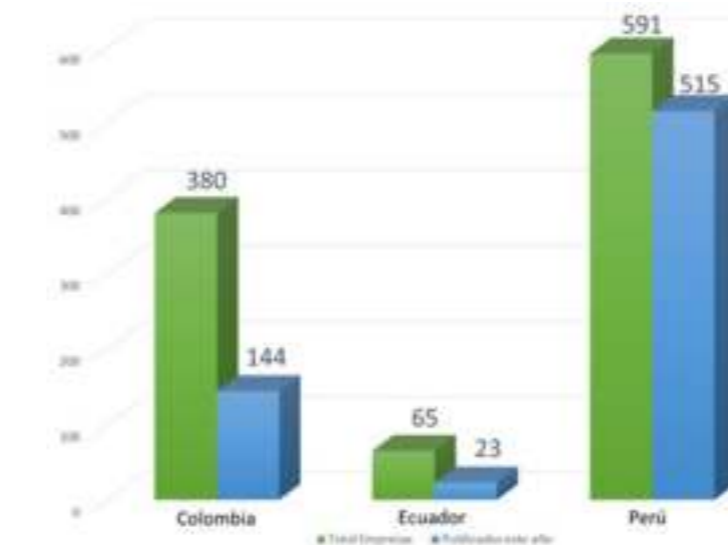
antes de la implementación del Programa de Negocios Competitivos, Colombia llevaba la delantera regional en número de reportes GRI, reportando 60% más que Perú.

A partir de la implementación del programa en Perú, el país se convirtió en el líder en empresas que reportan, como se muestra en la siguiente gráfica. Perú tiene casi 600 empresas que elaboran reportes de sostenibilidad, dejando atrás a Colombia que está cercana a los 400 y a Ecuador que aún no alcanza las 100 empresas reportantes. Pero no solo eso, sino que el 75% de las empresas que reportan en Perú son pymes, siendo el porcentaje más alto de la región.



Por otra parte, en el contexto de la emergencia de la Covid-19, en Perú el Programa de Negocios Competitivos del GRI creó una plataforma virtual para que las pymes puedan implementar una estrategia de competitividad y llevar a cabo sus reportes de sostenibilidad. El programa virtual, que todavía se está desarrollando, tiene una duración de 9 meses y pone a disposición guías, videos y otras herramientas para que los participantes puedan aprender, paso a paso, cómo presentar un reporte de sostenibilidad. Si bien esta herramienta permitirá que las pymes participantes saquen a la luz sus reportes a inicios del próximo año, la cantidad de reportes en Perú no se ha detenido y en el caso de las pymes, tampoco.

Perú es el país que más reportes ha publicado aún con toda la crisis de la pandemia. Como se muestra en el gráfico, durante 2020 se han publicado 515 reportes, lo que equivale al 87% de todas las empresas que históricamente han reportado en el país. Este porcentaje es más del doble que los países vecinos.



Así, en medio de esta pandemia, hay razones para mantener la esperanza de que los reportes de sostenibilidad en Perú constituyen una buena práctica empresarial que seguirá creciendo. Mientras que Colombia deberá realizar esfuerzos adicionales para retomar su liderazgo regional y Ecuador necesita con urgencia este programa que GRI ya ha implementado en sus países vecinos.



LIC. PAMELA VELASCO MALDONADO
 Máster en Periodismo de Agencias de Noticias
 Directora de YPSILOM

NOTA CENTRAL

ODS 12 - GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

Actos de consumo generan impactos, positivos, negativos y también degradantes al medio ambiente, en la economía, en la sociedad y en nuestras vidas. Éste es el mayor desafío de la sostenibilidad, que ella pueda considerar la producción, el consumo y la economía, con la preservación del medio ambiente y de los bienes naturales que mientan el equilibrio de nuestro mundo.

Ese proceso de concienciación involucra directamente: gobierno, sociedad y empresas. Pensando así, creemos que para construir una sociedad justa, igualitaria y sostenible es imprescindible que cada una de las partes citadas estén involucradas y actuantes en la movilización de sus públicos a través de la educación y de la información.



El ODS 12 (Objetivos de Desarrollo Sostenible), busca garantizar elevados estándares de producción y de consumo más sostenible. En suma, nordea prácticas actuales y futuras, de forma más sostenible y menos agresivas al planeta, destacando que dichas medidas se hacen urgentes, ya que muchos procesos de producción agrícola e industrial utilizan la energía proveniente de los recursos naturales y también de los combustibles fósiles que, a lo largo de los años, pueden diezmar los recursos naturales, ya que son no renovables. De esta forma, el ODS 12 es de extrema importancia para el mantenimiento de la naturaleza, vida humana y supervivencia de nuestro ecosistema.

ESTE IMPORTANTE OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) TIENE COMO BASE:

12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las ca-

denas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha

12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes

12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales

12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza

12.A Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles

12.B Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

12.C Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas

Debido a la importancia de ese ODS, nosotros, de Latin American Quality Institute, señalamos algunas acciones que pueden colaborar con el ODS 12. Es decir, a través de la educación e información, para todos y todas las naciones:

1. CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE ECONOMÍA VERDE

Esa línea de economía verde debe ser la responsable de crear y financiar proyectos sostenibles, para que promuevan la reducción de la emisión de los gases de efecto invernadero y sean capaces de reducir impactos ambientales consecuentes de actividades productivas. Recordando que ese concepto de economía verde puede y debe entenderse como una visión alternativa para el crecimiento y desarrollo, generando mejoras en la vida de las personas de manera consistente desde la educación y entendimiento del significado de los «4 R»: Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar.

2. PROYECTO ALIMENTO ACCESIBLE

Entendemos que el desaprovechamiento de alimentos es un problema global, teniendo como resultado la pérdida de diversos recursos naturales utilizados en su producción. De esa manera, esos recursos se van degradando y aumentando la emisión de gases nocivos a la vida. Nuestros hábitos alimentares aportan al calentamiento global, fenómeno que amenaza provocar graves daños al planeta. Según los datos divulgados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2019, el alta en el desaprovechamiento de alimentos está causando el aumento del 12% de los gases de efecto invernadero. La ONU también hizo un pedido para que cambiemos nuestra dieta con la finalidad de revertir esta situación, que se está saliendo del control. Pensando en eso, idealizamos que, a través de cooperativas, las personas pueden comprar frutas, legumbres y

verduras que estén buenas para consumos a precios más accesibles, aun cuando esos alimentos no tengan una apariencia estética tan atractiva, pero que sean propias para el consumo consciente. Imaginamos que, con esa iniciativa, el ser humano reduciría substancialmente el desaprovechamiento de ese alimento y, por ende, esa tan degradante emisión de gases nocivos al planeta.

3. INICIATIVAS PARA DONACIÓN DE ALIMENTO

Es triste y notorio que la población en situación de calle está en plena expansión, en todos los países, principalmente en los más pobres. Pensando en ese triste cuadro, apoyamos el ofrecimiento de comidas para personas en situación de calle, ya que el desaprovechamiento de alimento puede ser controlado y, así, podemos ayudar a las personas más necesitadas, lo que sería un gran avance en la prevención del desperdicio y también iría a ayudar aquéllos que realmente están necesitando y no cuentan con capital para comprar estos alimentos. La recaudación de alimentos no percederos, implementación de oficinas de aprovechamiento integral de los alimentos en la comunidad, la entrega de canastas básicas, realización de campañas de concientización sobre desaprovechamiento, construcción de huertos comunitarias, entre otros, son acciones muy relevantes en este cuadro que se viene presentando de manera común en el mundo. Con esas simples medidas, podremos juntos evitar el desperdicio y saciar el hambre de quienes lo necesitan.

4. AGUA PARA TODOS

Las donaciones, como forma de ayuda, son de suma importancia en este escenario de pandemia que estamos viviendo. La donación es la expresión clara de que la población, instituciones y gobernantes, se preocupan por las personas afectadas, que en su mayoría viven con mucho poco y no poseen un servicio de saneamiento básico. Muchas de esas personas no tendrán alimentos o agua potable para su uso diario, o incluso para mejorar sus necesidades básicas de sobrevivencia. Como lo mencionado líneas arriba, eso abarca principalmente a las personas de baja renta, y eso es lo que viene retratando la pandemia por el Covid-19. Por lo tanto, realizar recaudaciones y hacer el envío de agua potable para víctimas de esa triste pandemia que viene diezmando vidas es muy necesario. De esa manera, incentivamos la recaudación de recursos para proyectos comunitarios, participación en iniciativas de mejoras en comunidades de baja renta, crear redes que permitan llevar soluciones de baja tecnología para comunidades que necesitan y, lo más importante, cooperación entre los sectores públicos (gobiernos) y privados (empresas), en la construcción de redes de alcantarillado sustentables, para proporcionar dignidad y salud a esas personas. Recordando que el agua es vida, el agua también es alimento.

LA IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Todos los días, personas, instituciones y gobernantes hacen miles de elecciones. El futuro del planeta depende de todas esas elecciones. Analizando la amplia gama de dificultades y retos a

los que se enfrenta el mundo, es urgente que nosotros, la población mundial, tomemos asertivas medidas para adoptar los principios de la agenda de desarrollo sostenible. Con ese pensamiento, plasmaremos, de manera didáctica, cómo la educación puede aportar a las metas del ODS 12 (Objetivo de Desarrollo Sostenible). Después de todo, para que podamos alcanzar estas medidas, necesitamos cambios en todos los ámbitos y en niveles globales. Creemos que ese aporte puede ocurrir de varias maneras, entre ellas:

- Reducir de manera significativa, en el mundo entero, el desaprovechamiento de agua, energía y alimentos
- Fomentar que empresas e instituciones de todos los nichos de negocio puedan Invertir en bioenergía, biotecnología, energía renovable y tecnologías sostenibles
- Que el ser humano aprenda a priorizar el uso de materia prima reciclable y productos biodegradables.
- Gobernantes, empresarios y también el 3er sector promuevan cursos, exposiciones y materiales informativos sobre sostenibilidad
- Generar y desarrollar un sistema inteligente de economía de energía de escala global
- Inversión en masa en el saneamiento básico, principalmente en los países subdesarrollados
- Enseñar y educar de manera consciente sobre la forma correcta de desechar los residuos que tanto contaminan afluentes, ríos y océanos

Señalamos que la educación en favor del Desarrollo Sostenible busca despertar una nueva conciencia en los individuos, instituciones y gobernantes, de esa manera, cooperando y ayudándolos a entender mejor el mundo en el que viven y como pueden preservarlo - incluyendo temas que amenazan el futuro de las civilizaciones, como pobreza, consumo predatorio, degradación ambiental, salud, deterioro urbano, conflictos y violación de derechos humanos. Así, cada persona se vuelve un actor responsable en la ayuda para resolver dichos retos, pero siempre con respeto a la diversidad cultural y aportando de manera asertiva y efectiva a la creación de un mundo más sostenible.

Es decir, la idea es estimular cambios de comportamiento, poniendo la educación como base principal de este cambio, con miras a un futuro más sostenible, con integridad ambiental de viabilidad económica y de una sociedad justa para las generaciones presentes y futuras. Esas acciones deben ser puestas en práctica lo más rápido posible, pues, así, tendremos más chances de revertir gran parte de los graves problemas ya causados al medio ambiente en todo el globo. Tomando esas actitudes, será posible hacer que esas medidas sean cada vez más comunes en la vida de la sociedad en general. Debemos siempre recordar que la educación es la base para un nuevo despertar de conciencia sostenible, ambiental y saludable para el planeta.

ENTREVISTA: POR QUÉ LA EDUCACIÓN ES CRUCIAL PARA ALCANZAR EL OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE N.º 12 (ODS 12)

En esta edición, hablaremos sobre el impacto de la dedicación para la implementación del ODS 12 «Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles», con el Econ. David Flores, Rector del nombrado Instituto Tecnológico Cordillera (ITSCO). David Flores es candidato a PhD por la Universidad de Matanzas, tiene MBA por EAE Business School, tiene una maestría en Alta Dirección por la Universidad Rey Juan Carlos y es Economista graduado en la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.

1º - El objetivo 12 para el Desarrollo Sostenible sugiere que los países adopten acciones para que la educación pueda actuar en pro de asegurar calidades de producción y de consumo sostenibles. En este sentido, ¿cuáles son los principales retos a los que las naciones se enfrentarán en este escenario de pandemia causado por el virus del Covid-19? ¿Y qué observa usted que ya se viene haciendo en los diferentes países para apoyar la meta del ODS?

En primer lugar, todos los organismos oficiales, como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Central Europeo, la OCDE, y aquí en LATAM, la CEPAL, describen que el impacto económico del COVID-19 será muy perjudicial, provocando pérdidas muy acuciadas en el PIB mundial como nunca se había visto. Se vivirá un retroce-

so en el crecimiento económico que será, muy pronunciado en los países y regiones en vías de desarrollo, dónde la pérdida de empleo formal provocará desgraciadamente que un gran número de personas caiga en la pobreza. De igual manera, y aún más lamentable que lo anterior, la Organización Mundial de la salud no tiene proyecciones muy positivas con respecto a cuándo salir de esta situación, ya que hasta mediados de 2022 no se observa que se pueda realizar una vacunación masiva a la población mundial, y de nuevo, los países más empobrecidos serán los que tengan mayores problemas de acceso y distribución de la o las vacunas que sean eficaces y eficientes. Por tanto, el primer reto de las diferentes naciones será el combinar medidas de protección de la salud y reactivación económica, y de ahí no dejar de lado desde el punto de vista de política pública, el acceso a la educación que se ha visto paralizado por el efecto de la pandemia. Millones de personas han dejado de estudiar a nivel mundial.

Vemos con preocupación que, siendo realistas, será muy complejo cumplir con el Objetivo 12 del ODS a través de la educación si primero no recuperamos a los niños y jóvenes que han tenido que salir de la escolarización debido a dos grandes factores derivados del impacto del COVID-19:

1. Falta de ingresos económicos que obliga a priorizar búsqueda de recursos antes que la educación

2. Falta de acceso a la educación virtual

Según la UNESCO, la deserción, el rezago escolar, y la pérdida de aprendizajes debido a la dificultad de acceso a la educación en estos momentos, configura un panorama no tan sólo de crisis sanitaria, social y económica, sino educacional. La educación también está en crisis.

Creo que a nivel educativo todavía nos hace falta avanzar mucho en el desarrollo de proyectos de producción y consumos sostenibles, y el riesgo que observo es que, la ansiedad por volver a los niveles de crecimiento económico anterior pre-pandemia caracterizado por malas prácticas sobrexplotadoras del medio ambiente y comportamientos de consumo desmedido, sea todavía más acuciante debido a la presión de seguir con la cadena -PRODUCCIÓN-CONSUMO-PRODUCCIÓN. Y que no se malinterprete, el problema no es producir, ni consumir, sino que se debe de hacer bajo un esquema basado en los principios de responsabilidad social y consumo responsable. Lo que hacemos, o dejamos de hacer, tiene un impacto en los demás.

Dentro de las iniciativas internacionales que más me han llamado la atención -y así han recibido también el aplauso internacional- proviene del Japón, dónde desde hace décadas nos dejó la impronta de la regla de las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Pero verdaderamente, desde el punto de vista educativo, es de admirar lo que se hace desde

hace años en Suecia. Allí la educación medioambiental es transversal y aparece en diversas asignaturas recibiendo los niños y jóvenes suecos una media de 6 a 7 horas de educación en sostenibilidad. Se potencian las competencias medioambientales como transversales en todo el currículo. Y lo más gratificante es que los resultados están a la vista de todos; actualmente Suecia está considerada como, el país más "verde" del mundo, y es que siempre se cumple el mismo dicho: «Si quieres cambios en la sociedad, primero debes cambiar la educación».

2º - Entre las submetas del ODS 12, está la propuesta de Implementación de un Plan Decenal de Programas sobre Producción y Consumo Sostenibles, con medidas a ser tomadas por todos los países. En su opinión, ¿cómo el sector educacional puede aportar a esa meta?

Si repasamos cuáles son los programas del Plan, nos encontramos con los siguientes.

1. Información al consumidor
2. Estilos de vida sostenibles y educación
3. Compras públicas sostenibles
4. Edificaciones y construcción sostenibles
5. Turismo sostenible, incluyendo ecoturismo
6. Sistema de alimentación sostenible

En el accionar de cada centro educativo, sea este público o privado, pueden y deben desarrollarse acciones para cumplir estos seis planes, teniendo en cuenta el nivel educativo (educación inicial, secundaria, superior). En este sentido, se puede destacar sobremanera el aporte que puede hacer una institución educativa en satisfacer objetivos que

ayuden a la sociedad a desarrollar nuevos estilos de vida.

Para ello, es necesario redefinir cual debe de ser el objetivo de la educación. La meta final no es tener un logro académico o un saber hacer productivo, sino que claramente debe haber algo más.

Para nosotros como institución, y también a título personal como Rector del ITSCO, educamos los futuros y presentes ciudadanos y ciudadanas del siglo XXI. De ahí que el objetivo de la educación no contempla solamente la formación de profesionales, sino debemos preocuparnos tanto en el resultado académico de los estudiantes como también de su bienestar, y esto demanda plantearnos una nueva visión de educación que se centre en la formación de ciudadanos más integrales que hagan la diferencia por un mejor planeta. Y es muy importante centrarnos en el término «ciudadanos», ya que de esta forma se aporta a crear una conciencia crítica y social en la cual se resalta que nuestros actos y comportamientos tienen una repercusión en nosotros mismos y en los demás.

La educación es la clave de una convivencia consciente y auténtica que incluye el impacto medioambiental y el consumo responsable. Por ello, debemos de enfatizar el papel de la educación para incorporar, enseñar, y socializar nuevos estilos de vida sostenibles y saludables. De igual modo, en todo el quehacer de cualquier institución educativa se debe dar ejemplo de prácticas de gestión de residuos, alimentación sana, y reducción de la huella ecológica en nuestro quehacer. Y, por último, debemos de reforzar aspectos psicopedagógicos

que están en la base de armar una conciencia adecuada enlazada al Objetivo 12, y es la de, por ejemplo, la empatía. ¿Y por qué la empatía? Pues si generamos en los estudiantes la visualización y el sentimiento de desesperación que sienten otros seres humanos que no tienen la suerte de tener una vivienda, agua, o algo que comer, probablemente sean más responsables de sus actos de consumo desmedido. Recordemos, según la ONU, cada año se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos, mientras casi 2.000 millones de personas padecen hambre o desnutrición.

Y lo mismo sucedería con los nuevos emprendedores que están naciendo en los centros educativos, es necesario educarlos no sólo en desarrollar Planes de Negocio exitosos, sino en un accionar responsable.

3º - Este importante ODS 12 busca, hasta el 2030, alcanzar la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. ¿Cómo los sectores educacional, empresarial y gubernamental pueden involucrarse eficazmente en este objetivo de desarrollo sostenible? ¿Podría mencionar algunos ejemplos de buenas prácticas que puedan brindar incentivo?

Este trabajo en conjunto es clave. Si realmente buscamos un impacto significativo en la sociedad nos debemos de apoyar y trabajar en conjunto educación-empresa y estado. Para ello, primero se debe elaborar como política de estado, un cambio de planteamiento en la educación dónde se defina qué tipo de ciudadanía debe

de configurarse en cada nación. Para que esto se pueda definir, se necesita trabajar en consenso de forma participativa, tomando en cuenta la visión de las instituciones educativas, empresas, estado, y añadirlos a la sociedad civil.

Dentro de esta construcción de política pública educativa se debe añadir la conceptualización del desarrollo sostenible como sociedad, y, por ende, de la educación. Una vez que se disponga de esta política pública ya es misión de una coordinación muy estrecha entre empresa y educación a modo de alianzas colaborativas que vayan desde el diseño de programas formativos enfocados a la gestión eficiente de los recursos naturales, sistemas de gestión medioambiental, a la configuración de líneas y proyectos de investigación e innovación que se vinculen al desarrollo empresarial, pero aportando soluciones con el menor impacto en el entorno. También es cierto que la academia puede servir como observatorio objetivo y medición de la efectividad de las políticas públicas orientadas a la mejora de los mecanismos de producción empresarial y consumo de la población. Y lo que sí es un trabajo en alianza absoluta, son la adhesión tanto individual como en conjunto, de los integrantes de las tres esferas mencionadas, a las redes, y pactos mundiales internacionales enfocado al cumplimiento de las metas y objetivos del desarrollo. Lo que hay que entender es que sólo los ODS se podrán cumplir en cada nación si los integrantes de la estas trabajan en cooperación; el estado regula y norma, las empresas producen desarrollo (y lo deben de hacer siguiendo la regulación y la norma) y la academia forma e investiga. Juntos tienen la responsabilidad de

concientizar y llevar a la sociedad a ese cambio que todos aspiramos. Recordemos que, si entre todos no nos esforzamos en trabajar de forma cooperativa, la fecha de no retorno del planeta cada vez está más cerca.

Algún ejemplo de buena práctica en este sentido de cooperación y de alianza interinstitucional podría ser lo que se ha ido haciendo en las Islas Mauricio, dentro del plan nacional para convertirse en Mauricio Isla Sostenible (MID). O por ejemplo en Alemania, donde existe una iniciativa, denominada Marco Curricular de Alemania para el Desarrollo Sostenible, dónde gobierno nacional, junto a los estados federados y asociaciones empresariales, desarrollaron objetivos de aprendizaje y planes de estudio con la visión de la sostenibilidad no sólo para educación primaria y secundaria, sino también para la capacitación profesional.

4º - Una de las submetas del ODS 12 nos llama la atención por su ambición de, hasta el año 2030, garantizar que las personas, en todos los lugares, tengan información relevante y concientización para el desarrollo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza. ¿Cómo usted ve el involucramiento del sector educacional en el alcance de este objetivo? ¿Hay ejemplos dentro de ITSCO que puedan inspirarnos en ese sentido?

Realmente hay que ser realistas. Tal y cómo comenté anteriormente, el impacto del COVID-19 está siendo de tal magnitud que posiblemente el ritmo de cumplimiento de esta submeta corra peligro. Habría que tener un diagnóstico actual

del nivel de cumplimiento desde el sector educativo para dar una respuesta más precisa. Por lo que se sabe en términos de proyecciones económicas y sociales, una vez que se supere la crisis sanitaria, hará que no sea del todo una prioridad para la política pública esta submeta, y sobre todo en el sector educativo. Si bien es cierto hay un movimiento internacional que busca el bienestar humano, precisamente no está asociado a un hiperconsumo desaforado, así como medir el crecimiento y desarrollo de una nación con el indicador del producto interior bruto (PIB). Es de elogiar como naciones como Bután (pioneros en muchas cosas como establecer el indicador de felicidad bruta-FIB), como Nueva Zelanda, ya introduzcan en sus países indicadores de medición de desarrollo con otras perspectivas, por ejemplo, la huella ecológica, y la huella hídrica o el Índice de Desarrollo Humano (IDH).

Desde el ITSCO, tenemos muy claro nuestro compromiso no solo con esta submeta, sino con todos los ODS. Por ello, tenemos las siguientes acciones institucionales:

1. Modelo de gestión basados en los principios de responsabilidad social
2. Programa de Gestión de Residuos
3. Proyectos con la sociedad de carácter medioambiental
4. Generación del departamento de Bienestar Integral Positivo dónde se cuenta con un equipo multidisciplinar para implementar programas de intervención orientados a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores

5. Desarrollo de programas de bienestar estudiantil

6. Desarrollo del Plan de Igualdad y Medio Ambiente ITSCO

7. Y sobre todo la innovación educativa que nuestros más de 6000 estudiantes cursan la materia de Responsabilidad Social con el objetivo de generar conciencia no sólo en la gestión empresarial, sino como ciudadanos para desarrollar estilos de vida en armonía con la naturaleza

5º - El comprometimiento por la educación y aprendizaje aporta al suministro de espacio y oportunidades, sensibilizando ciudadanos en la garantía de una mejora de la calidad de vida, asumiendo posturas de movilización, difusión e información, siendo la enseñanza la fuente prioritaria e indispensable para alcanzar desafíos como el consumo desordenado, la pobreza, la decadencia urbana y la degradación ambiental. En este escenario de parálisis mundial, impuesto por la pandemia del Covid-19, ¿cómo las naciones pueden reasumir este compromiso con el saber?

Realmente ahí está uno de los retos claves, y creo que la interrogante más importante. La respuesta a esta cuestión debe de basarse en no olvidar el compromiso que todo centro educativo tiene con ser un estandarte del cam-

bio social y del desarrollo basado en la gestión del conocimiento y el hacer ético. Somos y debemos ser un modelo comportamental y de valores. De esta manera, se necesita un punto de autorreflexión y autocritica, tanto para todos nosotros como ciudadanos, como dentro de las instituciones de educación superior. Si volvemos atrás hace unos meses, al inicio de la pandemia y del confinamiento, surgieron movimientos e idas como: «esto nos hará mejores», «la naturaleza ha vuelto a resurgir», «el planeta está más verde que nunca, no estamos contaminando», expresiones que surgieron de forma espontánea, pero meses después parece que se nos han olvidado todas esas reflexiones. Por eso, está claro que las instituciones educativas debemos buscar el equilibrio entre la gestión de recursos y la viabilidad económica, tanto desde lo público y lo privado, y el no olvidarnos que somos centros de verdadera transformación y compromiso con la generación de una ciudadanía que realmente trascienda y promueva un cambio de hábitos y comportamientos.

Es cierto que será complicado los próximos años, en medio de una crisis económica, resolver esta cuestión; pero justo en estas situaciones límites deben de aparecer las verdaderas políticas gubernamentales para priorizar la inversión pública, pues no es un gasto, en educación, así como las auténticas instituciones educativas: que vivan lo que enseñan con un enfoque humano y medioambiental de cara a una mejor calidad de vida y bienestar. Cómo

NOTA CENTRAL

indica Irina Bokova, Directora General de la UNESCO, «ahora, más que nunca, la educación tiene la responsabilidad de estar a la par de los desafíos y las aspiraciones del siglo XXI, y de promover los tipos de valores y habilidades que llevarán al crecimiento sostenible e inclusivo y a una vida pacífica juntos».

<https://www.oseudinheirovalemias.com.br/a-educacao-e-o-desenvolvimento-sustentavel/#:~:text=A%20ag%C3%Aancia%20da%20ONU%20ainda,ambiental%2C%20a%20sa%C3%BAde%2C%20a%20deteriora%C3%A7%C3%A3o>

<https://www.oseudinheirovalemias.com.br/5-aco-es-cooperativas-de-sustentabilidade-socioambiental/>

Fuentes de investigación y argumentación:

<https://www.aberje.com.br/blogs/post/a-educacao-pode-transformar-o-mundo/>

<https://www.mma.gov.br/component/k2/item/11396-agenda-2030-ods12.html>

<https://greenbusinesspost.com/2019/11/05/consumo-e-producao-responsaveis-e-o-ods-12/>

https://edukatu.org.br/uploads/EDKT/Plano_de_Aula_ODS12_Consumo.pdf

<https://www.oseudinheirovalemias.com.br/a-educacao-e-o-desenvolvimento-sustentavel/#:~:text=A%20ag%C3%Aancia%20da%20ONU%20ainda,ambiental%2C%20a%20sa%C3%BAde%2C%20a%20deteriora%C3%A7%C3%A3o>

<https://www.oseudinheirovalemias.com.br/5-aco-es-cooperativas-de-sustentabilidade-socioambiental/>

Fontes de pesquisa e embasamento:

<https://www.aberje.com.br/blogs/post/a-educacao-pode-transformar-o-mundo/>

<https://www.mma.gov.br/component/k2/item/11396-agenda-2030-ods12.html>

<https://greenbusinesspost.com/2019/11/05/consumo-e-producao-responsaveis-e-o-ods-12/>

https://edukatu.org.br/uploads/EDKT/Plano_de_Aula_ODS12_Consumo.pdf



ECON. DAVID FLORES
Rector - Instituto Tecnológico Cordillera (ITSCO).



**Padrão executivo
com preço de táxi comum**



www.radiotaxivermelhoebranco.com.br

REPORTAJES

REPORTAJES

BLUETRADE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

Desde el inicio de sus actividades, en 1999, el objetivo de Bluetrade Importação e Exportação es ofrecer soluciones en negociaciones internacionales para atender las necesidades específicas de cada cliente, coordinando la estructuración tributaria y propiciando ganancias reales y ventajas operacionales. Especializada en realizar Importaciones por Cuenta y Orden de Terceros, nuestro equipo atiende a importadores de todo Brasil, brindando reducción de costos con agilidad y eficiencia. En el escenario del comercio internacional, los cambios son dinámicos y exigen decisiones rápidas y necesarias.

Por ello, Bluetrade Importação e Exportação invierte continuamente en tecnología y en el perfeccionamiento de sus profesionales. Además, la estructura física localizada estratégicamente en la ciudad de Itajaí, estado de Santa Catarina, viabiliza una distribución eficiente y agiliza considerablemente los procesos.

El mercado consumidor hace tiempo es el mundo. Consumidores usan el internet para realizar su compra, pagan por medios digitales y reciben los productos en casa. El mercado global es dinámico, las relaciones comerciales globales son intensas e innumerables las oportunidades para las empresas que saben organizarse para disfrutar de la cultura del comercio exterior. Importar y exportar no son actividades para amateurs, por ello, a medida que las empresas ven lo que ganan al realizar esos procesos, no pueden olvidar que el comercio exterior es más complejo cuando se compara con el mercado nacional, así como los riesgos son otros. Aunque realizar importaciones y exportaciones sea complejo y de riesgo, Bluetrade Internacional es experta en esa área por su conocimiento amplio, aliado a su ética y responsabilidad social.

En lo que respecta a la negociación internacional, sin la pretensión de agotar el asunto, destacamos la importancia del exportador e importador ser conocedores de sus responsabilidades en el proceso de compra y venta internacional. Establecer de manera clara cuáles serán las responsabilidades de cada uno de esos actores es esencial en la planificación de la venta y de la compra, esencial en la determinación del precio justo de venta y en el fortalecimiento de las relaciones comerciales entre las empresas. Por ello, practicar con conocimiento las posibilidades de negocios según los Términos de Negociación Internacionales - INCOTERMS® es parte no solo de la planificación, sino también de la estrategia de venta de un producto, para que se alcance el mercado objetivo con productos que tengan calidad, precio justo y estén dentro de los plazos establecidos, según la capacidad de cada uno en la búsqueda de calidad en las negociaciones que se perciban.



Entrevista con el Representante de BLUETRADE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

¿Cuál es la función de la empresa? ¿Y cómo fue el inicio de sus actividades?

BLUETRADE tiene como función principal la importación y exportación de mercaderías para el desarrollo del comercio internacional brasileño. BLUETRADE inició sus actividades en 1999 en Curitiba, estado de Paraná, expandiéndose luego al estado de Santa Catarina, donde las operaciones de importaciones y exportaciones y todas las negociaciones internacionales ocurren, a través del puertos, aeropuertos y puntos de frontera de Mercosur.



¿La empresa comercializa para que tipo de mercado?

Para diversos segmentos, teniendo como clientes principales las Industrias de todo el Territorio Brasileño.

¿Cuántos empleos directos e indirectos genera la empresa?

Generamos 10 empleos directos e, indirectos, 120 puestos.

¿La empresa cuenta con Programas de Responsabilidad Social Empresarial? ¿Cuáles? ¿En qué fase se encuentran? ¿Cuáles fueron los principales desafíos y resultados?

BLUETRADE ayuda a la comunidad local con donaciones mensuales, siendo la principal de ellas el Hospital Infantil Pequeno Anjo. Somos auspiciadores del Deporte, en especial el Beach Tennis, teniendo como atleta Vinicius Chaparro Marques de Itajaí, Santa Catarina, que forma parte del Top 50 del ranking Mundial.

¿Cuál es el proyecto de RSE más importante que la empresa ha realizado?

En el área del deporte, el Campeonato Mundial de Beach Tennis, en el año 2015, que ha generado mucho movimiento en la Ciudad de Itajaí y región, dado que hubo la participación de más de 500 atletas profesionales y amateurs, nacionales e internacionales.

¿Cuál el punto de vista de la empresa sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

El punto de vista de BLUETRADE es que el desarrollo sostenible es de amplia importancia para Brasil y Mundo. A BLUETRADE viene trabajando en el sentido de comercializar productos con esa línea de responsabilidad.

¿Cómo su empresa aporta a la satisfacción de sus clientes internos, externos y proveedores?

Servicio personalizado, capacidad, dedicación, confianza e inversión en conocimiento de todos los colaboradores, tecnología, buscando la satisfacción plena de clientes externos, proveedores

y clientes internos. BLUETRADE entiende que su mayor patrimonio son sus clientes, tanto internos como externos.

¿Qué tan importante es la buena gestión para la reputación corporativa de su empresa?

Es de suma importancia, dado que, sin una buena gestión, no es posible conquistar y mantenerse bien posicionado en el mercado.

¿Qué estrategias responsables su empresa realiza para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders?

Búsqueda de nuevos negocios, desarrollo constante, liderazgo de mercado, excelencia en servicios, equipo en sinergia y clientes plenamente satisfechos.

¿Qué tan importante es para la organización la ética y la Responsabilidad Social Corporativa?

Es de extrema importancia, pues sin estos dos puntos no es posible alcanzar el respeto mutuo y mantenerse entre los líderes de mercado.

¿La empresa ha implementado un Programa de Compliance? ¿Cuáles son las principales directrices? ¿Y los principales retos?

Sí, a través de un sistema integrado con ERP y un equipo de analistas con expertise. El principal lineamiento es trabajar con clientes y colaboradores que tengan responsabilidad ética y social compatible con los objetivos de BLUETRADE. El principal reto es hacer que ese lineamiento sea continuo aún con los acelerados cambios del mercado.



¿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;



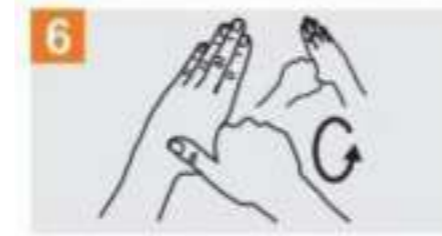
Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



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;



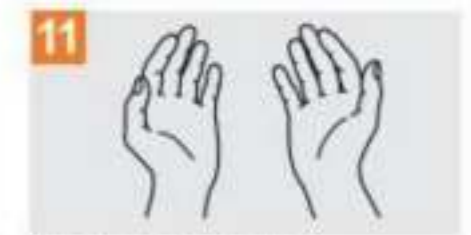
Enjuáguese las manos con agua;



Séquese con una toalla desechable;



Sírvase de la toalla para cerrar el grifo;



Sus manos son seguras.

Seu melhor amigo merece

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



Criar
Centro Veterinário

criarcentroveterinario@hotmail.com
criarcentroveterinario



VIDAS NEGRAS IMPORTANTAN



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

CAFÉ PSIQUÊ

Café Psiquê es una cafetería ubicada dentro de una operadora de salud. Pionera, ha creado un nuevo concepto de servir café en hospitales, pues, entienden que el café es un alimento hace mucho tiempo insertado en la dieta brasileña. Un trabajo desarrollado con alta calidad desde la procedencia en sus granos, y esta es su mayor prioridad, englobando temas de sostenibilidad ambiental, social y económica. El café es fruto de historias y relaciones, y es valorada toda cadena productiva, desde el sembrado hasta la taza perfecta.

La historia de Café Psiquê es muy interesante, fue creado especialmente para atender a un complejo donde funcionan 150 clínicas, laboratorios médicos de análisis y de imagen, hospital, hospital día, urgencias, además de tiendas, farmacias y bancos. En su espacio de convivencia, circulan profesionales de distintos sectores de la salud, funcionarios, y, especial-

mente, personas que buscan apoyo en sus angustias, acompañadas por familiares o amigos. Es una cafetería formada por mujeres, pionera en el trabajo con cafés especiales en ambiente médico hospitalario en América Latina.

Crean que la sostenibilidad va mucho más allá de las preocupaciones ecológicas y tienen la seguridad de la necesidad de pensar en el medio ambiente como un todo y reaccionar desde conductas éticas y morales que conducirán a ello. A comenzar por cumplir con todas las obligaciones legales y fiscales, buscar proveedores responsables, implantar acciones para minimizar impactos - de recursos renovables o no - son atentos a la convivencia social, notando las reales necesidades y urgencias de sus clientes, a través de un servicio dedicado, atento y profesional. Justamente por su clientela, apostaron en ese nuevo concepto de servir café en hospital.



Pero para que llegaran a ese resultado de gran visibilidad y reconocimiento, sabían que sería preciso también invertir en la capacitación de su equipo de colaboradores. Y eso hicieron, acogiendo a sus colaboradoras con la orientación adecuada en un clima laboral muy amigable, para que ellas se sintieran parte del todo. Crean realmente que, de esa manera, ayudarán a imprimir la verdadera identidad de los servicios de Café Psiquê. Pero, obviamente, están conscientes y alertas respecto a las acciones e iniciativas para ayudar a preservar nuestra naturaleza.

Respecto a la Responsabilidad Social Corporativa, estar cerca de su comunidad y hacerse cada vez más presente es un ejercicio de ciudadanía y un objetivo que viene siendo permanentemente atendido con acciones puntuales de acño social. Identifican las necesidades y de qué forma pueden actuar, adoptamos políticas de apoyo compatibles con la propuesta de construir una imagen bien positiva junto a sus clientes, proveedores y la sociedad en general, lo que es muy gratificante.

Organizan el «Baúl Solidario» y permanente, con intercambio de productos entre los empleados de todo el complejo, promoción, junto a los gestores de cada unidad del complejo, del evento por el Día Internacional de la Mujer; organizan también, una acción específica para el Octubre Rosa y el Diciembre Naranja, con una repercusión de ancha escala.



ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE LA CAFÉ PSIQUÊ

¿Cuál es la imagen que su empresa ha alcanzado dentro de su país?

Transparencia y calidad. Buscamos perfeccionamiento y excelencia en todos los procesos, desde los productos, manoseos, servicio y fortalecimiento del equipo. Creemos que nuestro trabajo es fruto de muchas construcciones en conjunto y perfeccionamientos, siempre siguiendo esta línea entre tener claro quiénes somos y la excelencia en el servicio.

¿Cuál el proyecto más importante que ha realizado su empresa?

Creamos un nuevo concepto en servir café en hospital. Trabajamos apenas con cafés especiales - granos 100% arábica -, libres de desperfectos, y que pasan por procesos de calidad desde la fruta, el grano, el tostado, hasta volverse bebida. Toda su producción engloba responsabilidad social y estimula prácticas sostenibles y más responsables ecológicamente. Al valorar ese proceso, diseminamos la cultura de los cafés especiales, valorando su cadena productiva - que inicia con familias de pequeños productores y encierra al llegar hasta los profesionales responsables de la preparación del café en la taza, nuestras baristas. Así, tenemos la seguridad de estar entregando a nuestros clientes una bebida de alto nivel de calidad que, además de proporcionar placer al ser consumida, por su complejidad y singularidad sensorial, también trae beneficios a la salud.

¿De qué manera su empresa aporta para la satisfacción de sus stakeholders?

El valor generado se refleja en beneficios de impactos altamente positivos. Aportamos de manera prominente, respetando, valorando y diseminando la cultura de los cafés especiales, en



un compromiso con la ética y la transparencia. Cuando incentivamos el consumo de cafés de calidad fomentamos a caficultura, estimulando prácticas sustentables y apoyando remuneración justa a su cadena productiva. Y eso refleja en la escena económica.

¿Por qué es importante tener una buena gestión con sus stakeholders, buscando mejoras a la reputación corporativa de su empresa?

Nadie hace nada solo. Para desarrollar algo grande, importante, que nos enorgullezca, necesitamos actuar en equipo. Alcanzar el éxito con el esfuerzo colectivo es mucho placentero. Aquí somos parte de un todo. Actuamos en grupo con humildad, tolerancia, inteligencia emocional y compañerismo, lo que genera motivación, comprometimiento y responsabilidad - por los fallos y éxitos.

¿Cuál es la satisfacción generada por su empresa en sus clientes externos e internos?

Atendemos en un complejo hospitalario, ambiente de estímulos estresores, físicos y emocionales. Por eso, Café Psiquê aprecia la calidad con mucha acogida y dosis de afecto. Ya sea con cafés especiales bien seleccionados, comidas que abarcan todos los paladares o la atención al cliente, a hora del café debe remeternos a momentos de acogida, calma y cambios saludables. El Café Psiquê se enfoca en este ideal, además de la peculiaridad y delicadeza para proporcionar sensación de bien estar y transformar positivamente la realidad externa.

¿Qué estrategias de Marketing Responsable viene realizando o proyectando su empresa para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders? ¿Y cuáles son?

Creamos el proyecto "La saga del café", desde inquietudes conjuntas de comprender cómo las personas se relacionan con esa bebida y cuál la representatividad del pequeño grano en la vida de millones. Oyendo con empatía y acogida, pretendemos presentar el universo de los Cafés Especiales, ya que es un tema que todavía no está en la lectura y la mayoría de los gustos brasileños. A pequeños pasos, vamos llevando conocimiento y diseminando esa cultura, por creer que solo a través del conocimiento podremos acceder y proporcionar un alcance más consciente del consumo.

¿Cómo su empresa maneja los temas de ética y responsabilidad social corporativa?

En el Café Psiquê, las responsabilidades sociales abarcan un todo. Trabajamos con un «baúl solidario», que conquistó la simpatía de los clientes para nuestra empresa, pero también propicia renta a los empleados y prestadores de servicio del complejo.

En su empresa, ¿de qué manera busca mantener la reputación corporativa y una conducta ética y responsable con sus Stakeholders?

El buen servicio aún es un desafío para la mayoría de las empresas brasileñas de cualquier segmento. Atender bien es proporcionar una experiencia positiva y una relación duradera entre el negocio y su público. Partiendo de ese presupuesto, actuamos siempre con transparencia, cumpliendo con nuestras responsabilidades éticas y sociales, buscando siempre mantener la calidad en nuestras relaciones y brindar excelencia en nuestros productos.





Excelência em Sistemas Tributários



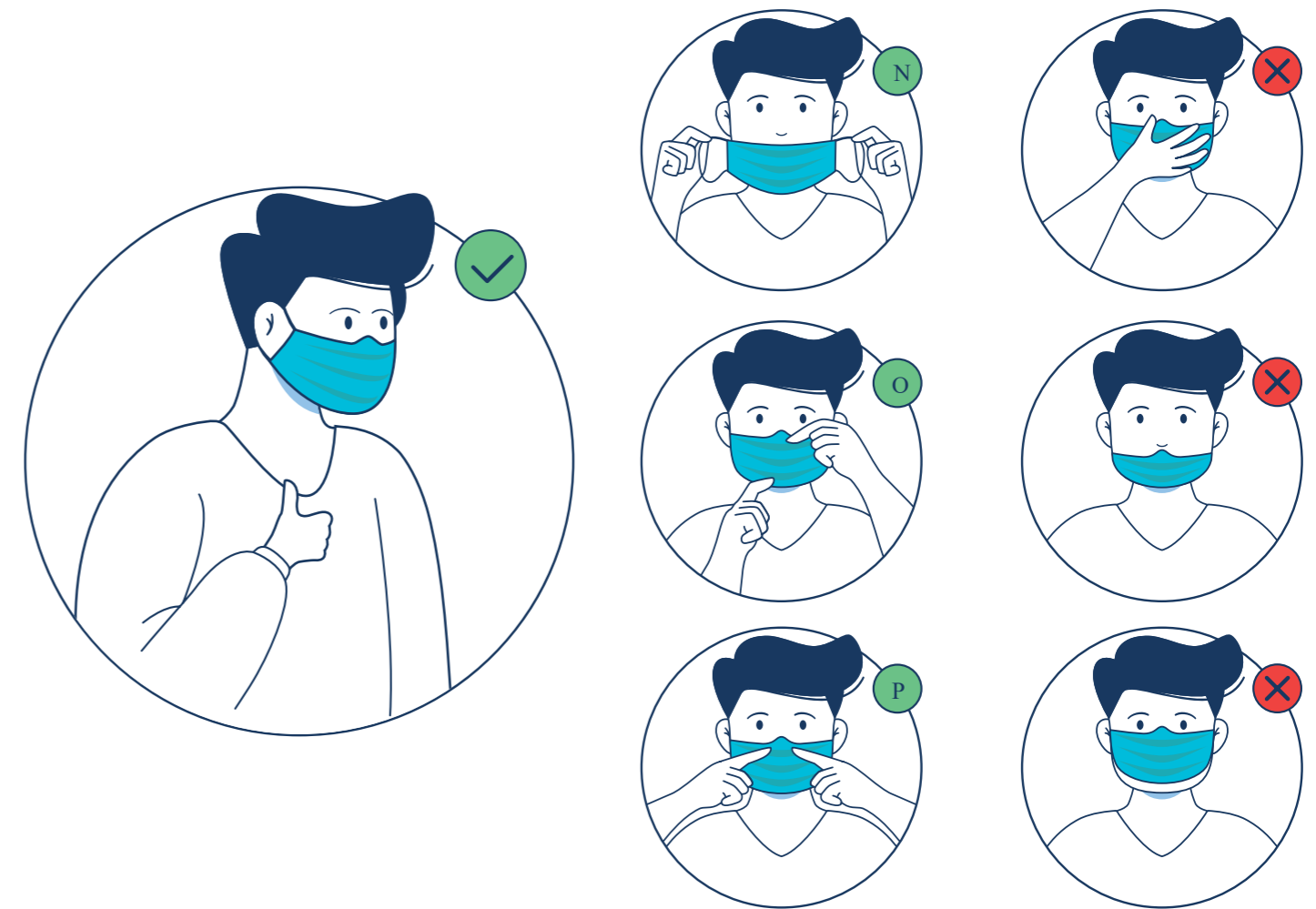
SOLUÇÕES COMPLETAS
PARA GESTÃO CONTÁBIL,
FISCAL E TRIBUTÁRIA

Total adaptação à legislação vigente, com atualizações garantidas em tempo hábil!

As soluções da Easy-Way são homologadas e aprovadas por empresas de grande porte. Conte com interfaces flexíveis, compatíveis com todos os ERPs de mercado, além de completa assessoria de implantação e suporte permanente, realizados por consultores tributários.

www.ewb.com.br | 55 11 5180-5400

¿CÓMO COLOCAR LA MÁSCARA CORRECTAMENTE?



#MASCARASALVA

WWW.LAQI.ORG



BIOMA AMBIENTAL

La perspectiva ambiental consiste en una forma de ver el mundo, en la que las interrelaciones e interdependencias de los diferentes elementos en la constitución y el mantenimiento de la vida se hacen evidentes. Esta perspectiva ayuda a resaltar la necesidad de un tratamiento vinculado al principio de dignidad humana, participación, corresponsabilidad, solidaridad y equidad.

Con base en estos principios, Bioma Ambiental ofrece a sus clientes un equipo altamente calificado de profesionales que pueden ayudarlo a usted y a su empresa a lograr, en conjunto, el anhelado desarrollo sostenible. Si una actividad es sostenible, a todos los efectos prácticos, puede continuar indefinidamente.

Hoy, BIOMA cuenta con profesionales altamente calificados, constituidos de: ingeniero químico, especialistas en medio ambiente, geólogo, ingeniero ambiental, auditor líder, etc.

Bioma cuenta con un laboratorio químico ambiental, donde podemos dar a su empresa todo el apoyo necesario para su desarrollo sostenible sin estancar su crecimiento económico.

Entre los servicios prestados por Bioma Ambiental, cabe enfatizar: Análisis fisicoquímicos y microbiológicos de aguas; efluentes; productos veterinarios; alimentos; fármacos; aceites lubricantes; ambientales en general.

Bioma Ambiental también actúa en el área de auditoría ambiental; pericias; consultoría a las empresas; licenciamientos (CETESB, FEAM, FEEMA, SMA, etc.); servicio a ANVISA – SIVISA etc.; recursos; proyectos ETS, ETAS, vertederos, alcantarillas etc.; plan de gerenciamiento de residuos de salud; plan de gerenciamiento de residuos industriales; colecta y tratamiento de residuos de salud e industriales; proyectos de forestaciones; clasificación de residuos (NBRS 10004); equipos para ETS.

Bioma Ambiental es una empresa creada para que usted, su empresa y el medio ambiente, para que puedan vivir armoniosamente.

ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE BIOMA AMBIENTAL

Respeto al desarrollo sostenible, ¿usted considera importante y tiene conciencia de la preservación del medio ambiente?

Sí, tanto BIOMA AMBIENTAL como sus colaboradores tienen total conciencia de la necesidad de preservación ambiental, no solo por los temas actuales, sino principalmente para la supervivencia de la raza humana y animal, así como para la ecualización global, la estabilidad de nuestro sistema.



¿De qué manera su empresa está comprometida con el desarrollo de la sociedad?

BIOMA AMBIENTAL tiene como compromiso, en las áreas que actúa, siempre colaborar para el desarrollo de la sociedad, pero de manera sostenible y equilibrada, buscando siempre una armonía con el medio ambiente donde está localizada, donde actúa, así como en aspectos más generales.

¿Y qué acciones toman ante esa realidad?

Considerando los constantes desequilibrios, tanto ambientales como sociales, creemos que es necesario un trabajo de «hormiga», iniciándose en nuestras bases, es decir, con nuestros niños, concienciándolos de las necesidades actuales, y preparándolos para ser más conscientes tanto con el Medio Ambiente cuanto con la relación socioeconómica, tratando de reducir, de esa manera, la desigualdad social.

Sabemos que el enfoque principal de la empresa debe ser la satisfacción del cliente. En ese sentido, ¿en qué favorece su empresa la experiencia del cliente como resultado final?

En Bioma, entendemos que la satisfacción del cliente siempre es y siempre será nuestra satisfacción, pues buscamos siempre los clientes de nuestros clientes, pues de esa manera, estaremos aportando a la calidad de los productos, lo que garantizará nuestra calidad.

¿Qué tanto su empresa está conectada con las necesidades de sus clientes?

Trabajamos siempre, de acorde con la necesidad de cada cliente, nuestros servicios son extremadamente personalizados, pues las necesidades de uno no siempre son las mismas de otro, y así por delante. De esa manera, estamos siempre conectados e investigando cómo podemos mejorar nuestros servicios, cómo podemos cada vez más personalizar los servicios, es decir, «vestir la camiseta» de cada cliente.



¿Qué tipo de entrenamiento recibe su capital humano para prestar un mejor servicio a sus clientes?

Nuestro capital humano, o mejor, nuestros colaboradores, siempre son entrenados para que «vistan la camiseta» de cada cliente, buscando lo que cada cliente necesita, para que el servicio sea el mejor posible. Nos entrenamos estudiando cada cliente.

¿Su empresa presenta un plan de comunicaciones internas y externas referente a los temas Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa?

Sí, consiste, básicamente, en investigaciones y divulgación de comunicados, discusiones, debates, reuniones apropiadas para que discutamos esos asuntos y así mejorar nuestra sostenibilidad y responsabilidad corporativa, es decir, cada uno cobrando del otro las debidas actitudes.

¿Y cuáles objetivos pretenden alcanzar?

El objetivo, básicamente, es siempre una mejoría de las relaciones, de los trabajos, donde cada uno es responsable de su área o sector, así como la continuidad de estos.



COMPAÑÍA DE ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y ASEO

Familias impecables
Familias CALA



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

¿Cómo lavarse las manos?

Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos

- 

0 Mójese las manos con agua;
- 

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

2 Frótese las palmas de las manos entre sí;
- 

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

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

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

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

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

8 Enjuáguese las manos con agua;
- 

9 Séquese con una toalla desechable;
- 

10 Sirvase de la toalla para cerrar el grifo;
- 

11 Sus manos son seguras.



GALPÃO FROPEL

Galpão FropeL es una empresa que trabaja en el segmento de venta de autopiezas usadas originales, con calidad y precedencia en las autopiezas, por eso solo adquieren vehículos para despiece a través de subastas de Detran (Departamento Estatal de Tránsito) o subastas legalizadas. Trabajan con toda la línea de autopiezas importadas y nacionales, y en todas las partes de los vehículos desde mecánica y carrocería hasta accesorios, siempre buscando lo mejor para sus clientes. Actualmente, cuentan con una tienda física en las ciudades de Colatina y Linhares, estado de Espírito Santo, entregando autopiezas en todo Brasil y garantizando al cliente la mercancía que necesita por un precio accesible.

El inicio de la historia de Galpão se dio en la humilde tienda de muebles usados de su padre, Carlos, en el barrio Ayrton Senna. Alessandro vio algunos coches antiguos que su padre había dejado en la tienda y decidió venderlos, y con tan solo 16 años, empezó a incursionar en la venta de autos.

Después de una negociación de patrimonio, Alessandro adquirió lo que luego se llamaría GALPÃO FropeL. Junto a su esposa Camilly, y con la ayuda de su hermana Samara, no miraron a las dificultades que les rodeaban y demostraron fuerza, agilidad y lo más importante: la fe. Después de las tempestades, viene a bonanza, y los negocios empezaron a surgir de tal manera, que tuvieron de emigrar a un espacio más grande. La búsqueda por el mejor precio aumentó y Galpão

finalmente estaba allá para atender la demanda. Actualmente, tras muchos altibajos y retos conquistados, se tiene un cuerpo de colaboradores cohesionado con una única misión, la satisfacción de sus clientes. Galpão FropeL genera un promedio de 40 empleos directos e indirectos. En Galpão, se busca siempre mantener una relación entre colaboradores bien clara y abierta a la discusión de opciones y mejor funcionamiento de las actividades primordiales.

Destacan que, entre sus objetivos está la alianza con LAQI, que tiene como finalidad avanzar más respecto a los estándares de calidad y de sostenibilidad. Tienen contemplada la implementación de un programa de RSE que apunte a las prácticas con más sentido sostenible y cualitativo. También buscan siempre estar acorde con el bien vivir colectivo, y, pensando así, en la sostenibilidad aliada al desarrollo. En específico, el sector de reciclaje de automotores necesita estar siempre atento al descarte de materiales que no serán utilizados.



Los profesionales de Galpão FropeL actúan con transparencia y siendo justos en los dos lados, llevando autopiezas de calidad legales y servicios de alta calidad. Creen que una buena gestión es la base de la empresa donde todo comienza. Si hoy una empresa no procede con una buena gestión, cae, juntamente con la reputación y la calificación, y eso destruye no solo el cuerpo colaborativo como la empresa misma ante la sociedad.

Sobre la ética, señalan que, seguramente, es el aspecto más importante dentro de la empresa y es así como Galpão FropeL enfrenta y actúa en un mercado tan competitivo y de ricos. La ética y la moral son las que garantizan el respeto y la cordialidad entre sus colaboradores y clientes. Ética es una palabra muy fuerte que ciertamente representa toda la trayectoria de conquista a lo largo de esos años de la empresa.



Sobre el trabajo de reciclaje automotriz, tiene un importante papel con relación a sostenibilidad del sector. Según el Instituto Nacional de Reciclaje Automotriz (INRA), con el descarte correcto de los vehículos y la reutilización de sus autopiezas será garantizada una mejoría en el ecosistema. Además, habrá mayor desarrollo social y económico, con el surgimiento de un nuevo mercado de comercialización de autopiezas reciclados aún incipiente en Brasil. Implementada en 2015, la Ley 12.977, que regula y disciplina la actividad de desmontaje de vehículos automotores terrestres, se ha creado con el objetivo de ofrecer seguridad pública a la población. La idea es que todo el proceso de desmontaje de automóviles sea rastreado, desde la subasta del vehículo/chatarra hasta el descarte o la comercialización de sus autopiezas.

Para trabajar con el reciclaje automotriz, es necesario tener mucho cuidado y atención. En primer lugar, se hace una descontaminación del auto, donde se retiran gases y fluidos. Enseguida, el coche es desarmado y las autopiezas separadas, evaluadas y clasificadas. Las que son consideradas en perfecto estado o que tienen pocas averías reciben una especie de código digital que garantiza su procedencia y a rastreabilidad para ser dirigidas a la venta. Las que no tienen más utilidad son encajonadas a empresas que hacen el reciclaje correcto del material.

Para que el servicio se realice de manera idónea, es necesario escoger las herramientas correctas, como la sierra sable. También es

importante usar una rectificadora para pulir y corregir todos los componentes de metal. En caso de que usted quiera trabajar en ese sector, debe saber que es necesario tener una batería para cada tipo de herramienta. Sin embargo, hay herramientas que utilizan una única batería y facilitan el día a día de la industria del reciclaje automotriz.

Los beneficios del reciclaje automotriz, además de traer grandes ventajas económicas, tienen que ver con la sostenibilidad automotriz, ya que aporta positivamente al medio ambiente. Se estima que un coche reciclado equivale menos de 3,700 Kg de dióxido de carbono (CO2) en la atmósfera. Además, durante el proceso de desarmado, fluidos y otros materiales que no se apro-

vechan y, si son destinados de manera correcta, reducen el riesgo de contaminación del suelo y del agua, y evitan enfermedades y criaderos de mosquitos, como los que transmiten el dengue. Aún hay en Brasil pocas empresas de reciclaje automotriz. Según el Sindicato de las Empresas de Chatarra de Hierro y Acero (apenas 1,5% de la flota automotiva es reciclada. Sin embargo, eso debe alterar, porque las ventajas para los emprendedores, clientes y medio ambiente son grandes, y Galpão FropeL está atenta justamente a ese crecimiento.

Además, al reciclar un auto, reduce el robo de vehículos y las personas tienen la oportunidad de comprar una autopieza usada y conservada, siendo hasta 70% más en barata.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG



O Prof. Dr. Nelson Ludovico, PhD. e a Profa. Dra. Neuza Dinamarco Ludovico, PhD.

fundaram, em 1987, a Intraworld Assessoria, tendo desenvolvido projetos de exportação para países da América do Sul e África, oferecendo também treinamento empresarial através de entidades como FUNCEX, IOB, FGV - Fundação Getúlio Vargas, SEMINÁRIOS ADUANEIRAS além de lecionar e coordenar universidades.

Em 2002 a empresa transformou-se em **LICEX**, com: *Consultoria, Assessoria, Estudos de implantação de Projetos de Internacionalização de Empresas, Estudos Logísticos, Auditoria de Comércio Exterior, Palestras, Seminários, Cursos In-Company, Cursos de Extensão Universitária, MBA de Comércio Exterior e Logística Internacional entre outros.*

É membro do Latin American Quality Institute - LAQI/Panamá



VIDAS NEGRAS IMPORTANTAN



**LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE**

VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISE LTDA

VISE - Vigilancia y seguridad fue constituida el 24 de febrero de 1982, en Bogotá. Por medio de la Resolución de alta patente, emitida por el Ministerio de Defensa Nacional, se ha concedido a VISE una Licencia de Operación para prestación de servicio de vigilancia privada remunerada en locales públicos o abiertos al público.

El año 1987, la empresa Vigilancia y Seguridad Limitada - VISE fue adquirida por las Empresas Colseguros, Colserautos y Serdan, pertenecientes al Grupo Bavaria Business, debido a la dificultad de encontrar una empresa de seguridad con infraestructura adecuada que ofreciera seguridad real para salvaguardar las instalaciones, activos y personal de su organización, y que pudiera atender a los estándares de calidad y seguridad consistentes con las demandas del mercado.

En 2002, VISE pasa al poder de los actuales propietarios, que definieron como prioridad la obtención de la Excelencia en la Calidad del Servicio, alcanzando los más elevados estándares de calidad en seguridad. Por este motivo, empresas de diferentes sectores de la economía, pertenecientes y no al Grupo Empresarial Bavaria, entre las cuales se destacan las del Sector Bancario, con necesidades y exigencias semejantes en términos de seguridad, eligieron a VISE como la mejor opción, para ser una empresa seria, confiable y eficiente.



La empresa se basa en el crecimiento y consolidación de la organización, a través de servicios de excelente calidad, contestando a opciones de optimización que facilitan el éxito de sus clientes. Con el propósito «Queremos acompañar nuestros clientes a ser ganadores», entienden que el servicio es un compromiso con sus clientes y, procuran alinearlos para que puedan vencer y formar parte de sus éxitos y logros.

Esto implica que, más allá de lo acordado en el contrato, ellos se proponen a alinearse para cada cliente, especificando y comprendiendo cuál es el valor añadido que ellos necesitan de la empresa, definiendo así una misión que debe ser el hito de actuación del servicio prestado, que es validado por cada cliente.

CON BASE EN ESTA MISIÓN:

- 1) **El talento humano, con sus necesidades de perfil, capacitación, seguimiento entre otros.**
- 2) **Los recursos físicos y elementos del servicio: medios de comunicación, armamento, apoyo canino si es del caso, entre otros.**
- 3) **Elementos y sistemas de apoyo tecnológico, considerados fundamentales y complementarios en cualquiera de nuestros servicios y en nuestros procesos internos y de seguimiento al servicio.**

4) **Procesos y procedimientos.**

En lo que respecta al talento humano, trabajan para crear ambientes de trabajo que permitan el crecimiento profesional y personal de sus colaboradores. Entendiendo que deben agregar valor a ellos buscando fortalecer su desarrollo, comprometimiento y satisfacción. Con el apoyo de la tecnología poseen un acompañamiento riguroso y monitoreo de los servicios prestados en tiempo real, con quienes formulan indicadores de cumplimiento de la misión que son validados periódicamente y con base en estos resultados formulan los planes de acción necesarios que les permiten garantizar una mejora continua por una cuestión de excelencia. La empresa es notoriamente una generadora de valores para sus clientes, para la sociedad, para los colaboradores y, desde luego, para los accionistas.

REPUTACIÓN CORPORATIVA / CSR

Además de entender la reputación corporativa como un aspecto fundamental en la sostenibilidad, la empresa cree firmemente que todas sus actuaciones deben cumplir la ley, los principios éticos y aportar valor a la sociedad.

Cada empleado de la empresa es un actor de la reputación de esta, por ello, formulan políticas de conductas y comportamientos y las divulgan, haciendo campañas para fomentar que los empleados se apropien de ellas.

Disponen también de diversos canales de comunicación que nos permiten conocer la percepción de nuestros stakeholders, establecer indicadores y actuar sobre ellos.

Con respecto a sus clientes, trabajan con transparencia en las relaciones, atención, seguimiento permanente, cumplimiento, compromiso con sus intereses y generación de valor. Saben que cada persona de nuestra organización, cada palabra que provenga de ella y cada acción es una imagen que puede afectar nuestra reputación y por eso trabajamos en todos los niveles.

Asimismo, están comprometidos con el equipo, con la reputación de sus clientes, pues entienden que los incidentes pueden influenciar negativamente el trabajo realizado.



Con base a ello, hemos diseñado los procedimientos, procesos y protocolos que debe seguir nuestro personal. Establecemos instancias exclusivas para tratar determinados temas sensibles, así como para atender inquietudes o requerimientos de terceros.

La marca busca ser reconocida por ser generadora de valor para los clientes, empleados y sociedad, a través de la prestación de servicios de excelente calidad que se alinean a los intereses de quienes nos contratan, porque nos interesa que sean ganadores y ganar con ellos.

La empresa está comprometida con sus colaboradores, en alcanzar un ambiente en que puedan desarrollarse y ser felices, con prácticas empresariales que generan valor social. Consolidamos una marca que refleja el servicio que prestamos hace muchos años y que hoy es reconocida por su seriedad, solidez, conformidad, responsabilidad y calidad en el servicio prestado.

Hemos consolidado una marca que es el reflejo del servicio que hemos brindado por muchos años y que hoy es reconocida por su seriedad, solidez, cumplimiento, responsabilidad y calidad del servicio.

SEGURIDAD ESPECIALIZADA



- VIGILANCIA CON HOMBRES
- SEGURIDAD ELECTRONICA
- SEGURIDAD INFORMATICA
- VIGILANCIA CANINA
- SERVICIO DE ESCOLTA
- ASESORIA Y CONSULTORIA
- MONITOREO DE ALARMAS

LINEA DE ATENCION AL CLIENTE: 01 8000 913688

Calle 6D No. 4-42

www.vise.com.co // Bogotá - Colombia

328 2912

una empresa del  **grupo altum**

CRIANDO SOLUÇÕES

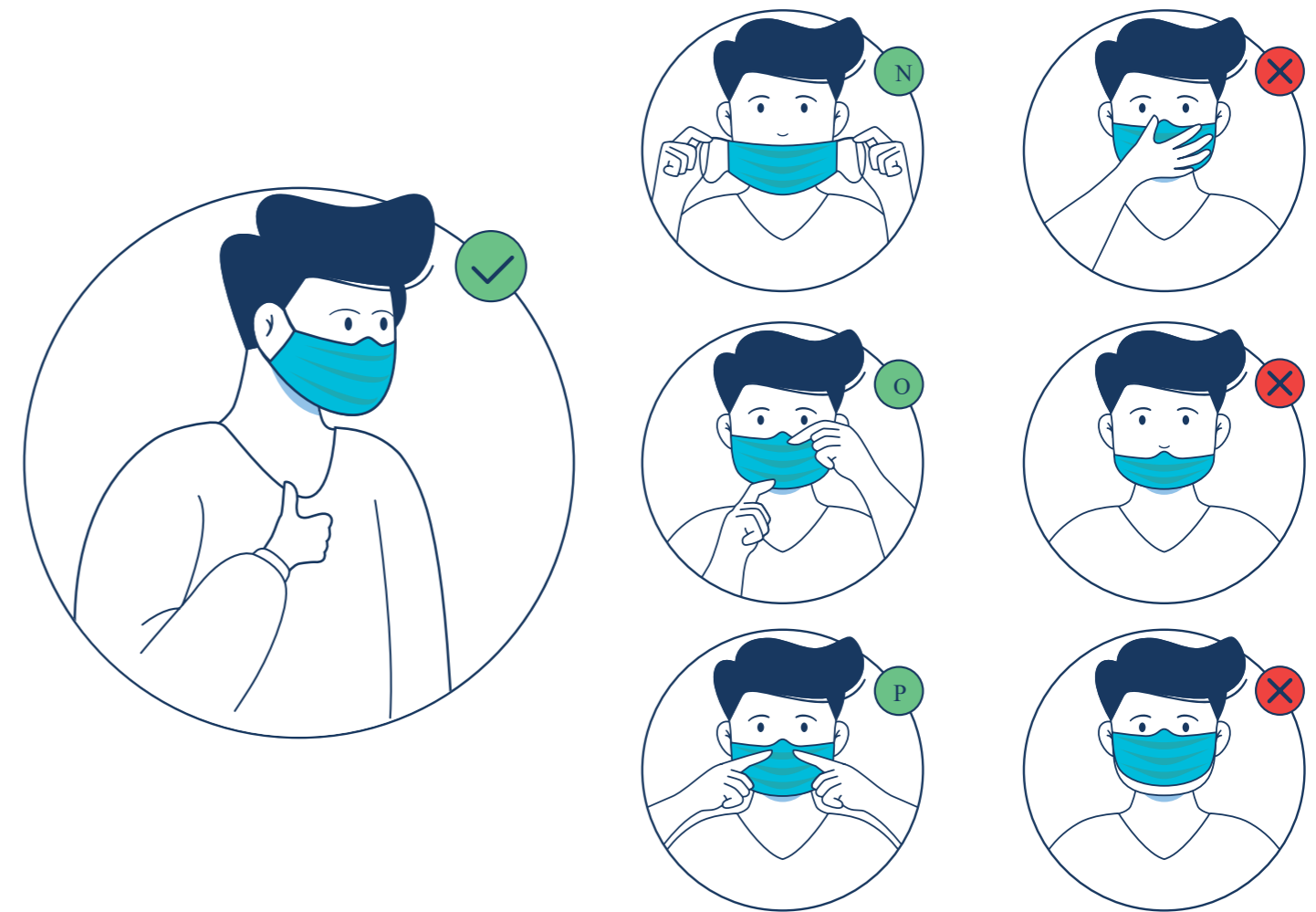


Independentemente da necessidade do seu negócio,
nós temos sempre a solução mais completa e adequada para suas demandas.

- Produtos e Serviços -



¿CÓMO COLOCAR LA MÁSCARA CORRECTAMENTE?



#MASCARASALVA

WWW.LAQI.ORG



O.A SOCIEDADE DE ADVOCACIA

Después de más de 15 años desarrollándose en el sector de derecho junto a empresas del mercado inmobiliario, en el área consultiva, contenciosa y recuperación de crédito, el socio Otávio Assef fundó O.A Sociedade de Advocacia en comienzos de 2017, para atender a los clientes dentro de una metodología de trabajo extremadamente organizada, dinámica y eficiente. En inicios de 2018, la socia Jussara Michetti, especialista en el área de derecho del consumidor, se unió al despacho para expandir el área de actuación dentro de ese segmento.

Es imprescindible tener a profesionales expertos, pues en momentos en los que las personas ya no saben qué hacer para solucionar un problema y está se desesperando con algo grave del

área de defensa del consumidor o inmobiliaria, actúan de forma ejemplar y profesional para calmarlo, ofreciendo el mejor de sus servicios. Los profesionales de la O.A Sociedade de Advocacia están totalmente aptos a orientar, dar opiniones, entrar con acciones y pedidos de ejecuciones, de acuerdo con la necesidad del caso.

Asimismo, ejercen un excelente trabajo como consejeros, tanto en lo que tañe a asuntos complejos de áreas poco exploradas como la inmobiliaria y la del derecho del consumidor, pues dedican gran parte de su vida a estudios teóricos en todas en las áreas descritas, aliadas a las experiencias adquiridas durante el día a día en su trabajo frente a los despachos de O.A Sociedade de Advocacia.



Como abogados, de la misma manera, detienen la capacidad de prestar asesoría en asuntos que parecen difíciles al cliente. La importancia del abogado -que interpreta a un negociador, actuando en la solución de conflictos- tiene destaque en los más diferentes medios. Todas las personas quienes alguna vez han necesitado a un abogado saben la importancia que tienen, pues son también excelentes conciliadores.

Según Otávio Assef, fundador de O.A Sociedade de Advocacia, el buen abogado es aquél que ceba por los derechos de las personas, apoyándolas en la resolución de sus problemas y que prestan un trabajo de extrema técnica y estudio, generando importantes servicios a la sociedad. No es posible imaginar cómo sería el mundo si no existieran los abogados, y seguramente no sería el mismo, dado que solo este profesional posee la habilidad de resolver los problemas, librando a las personas de preocupaciones que muchas veces no las dejan dormir.

El abogado es un profesional bachiller en Derecho y autorizado por las instituciones competentes de cada país a ejercer el jus postulandi, es decir, la representación de los legítimos intereses de las personas físicas o jurídicas en juicio o fuera de él, ya sea entre sí o ante el Estado.

El abogado es una pieza esencial para la administración de la justicia e instrumento básico para asegurar la defensa de los intereses de las partes en juicio. Por esa razón, la abogacía no simplemente es una profesión, pero, una responsabilidad pública, dado que, aunque no sea agente estatal, compone uno de los elementos de la administración democrática del Poder Judicial.



ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE LA O.A SOCIEDADE DE ADVOCACIA

¿La empresa comercializa productos y/o servicios para que tipo de mercado?

La empresa presta servicios jurídicos y de cobranza al mercado inmobiliario y servicios jurídicos a consumidores.

¿Cuántos empleos directos e indirectos genera la empresa?

Tenemos 10 colaboradores directos y 5 prestadores de servicios autónomos.

¿La empresa cuenta con Programas de Responsabilidad Social Empresarial? ¿Cuáles son los principales retos de su implementación?

Otorgamos a los colaboradores utilidades de la empresa. Los principales desafíos fueron compar-

tir con los colaboradores la receta de la empresa, identificar el margen de ganancia de cada negocio, establecer la justa participación de cada colaborador. El resultado es que la empresa y todos los colaboradores se sienten recompensados al recoger los frutos de su propio trabajo.

¿Cuál es el proyecto de RSE más importante que ha realizado su empresa?

El de participación mensual y constante en las ganancias.

¿Cuál el punto de vista de la empresa sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

Creemos que todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible aportan para un mundo mejor e interfieren positivamente en la vida de las personas beneficiadas.

¿Cómo su empresa aporta a la satisfacción de sus clientes internos, externos y proveedores?

Tratamos a todos con mucho respeto, justicia y lealtad.

¿Qué tan importante es la buena gestión para la reputación corporativa de su empresa?

Es fundamental, pues tenemos una relación muy próxima con todos los clientes y nuestros servicios generan resultados rápidos, objetivos y medíais.

¿La empresa implementó un Programa de Compliance? ¿Cuáles son las principales directrices? ¿Y los principales desafíos?

Oficialmente no tenemos un programa de compliance, pero prácticamente toda nuestra rutina y procedimientos son estandarizados y ya implantados acorde a las buenas prácticas. Así, el compliance es naturalmente inherente a nuestras actividades del día a día y nos cuestionamos constantemente sobre su perfeccionamiento.



SOCIEDADE DE ADVOCACIA



Rua Cardeal Arcoverde, 1.749, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05407-002

Tel. (11) 3062-0128 | www.aa.adv.br | e-mail: otavio@aa.adv.br



A NOVO IDEAL É A SUA CHANCE DE QUITAR SUAS DÍVIDAS

SOBRE NÓS

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

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



REVISÃO DE
JUROS ABUSIVOS



BUSCA E APREENSÃO
DE VEÍCULOS



DÍVIDA DE
EMPRÉSTIMO



DÍVIDA DE CARTÃO
DE CRÉDITO

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

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



¿Cómo lavarse las manos?

Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos

<p>0</p> <p>Mójese las manos con agua;</p>	<p>1</p> <p>Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;</p>	<p>2</p> <p>Frótese las palmas de las manos entre sí;</p>
<p>3</p> <p>Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;</p>	<p>4</p> <p>Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;</p>	<p>5</p> <p>Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;</p>
<p>6</p> <p>Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;</p>	<p>7</p> <p>Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;</p>	<p>8</p> <p>Enjuáguese las manos con agua;</p>
<p>9</p> <p>Séquese con una toalla desechable;</p>	<p>10</p> <p>Sírvase de la toalla para cerrar el grifo;</p>	<p>11</p> <p>Sus manos son seguras.</p>

QUER TER SUCESSO NA VIDA E NOS NEGÓCIOS?



O que separa os vencedores dos perdedores é o quanto cada um se prepara para os enfrentamentos. Muitos estão querendo alcançar lugares altos sem antes passar pelo processo de amadurecimento, outros querem exercer atividades sem antes serem treinados. Muitos estão presos em convicções que limitam seus resultados, estão conformados com todos os resultados ou tem medo de fazer algo que possa impulsioná-lo.

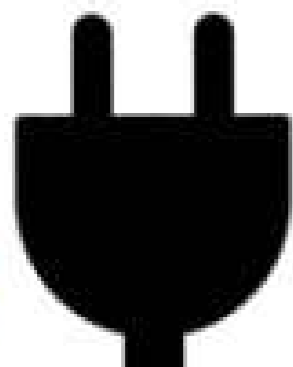
O fracasso normalmente se instala nas pessoas que não trabalham de uma forma determinada para atingir objetivos, pessoas que não sabem para onde estão indo e nem o porquê se deve partir.

Para você, quanto custaria ter um relacionamento saudável com seu cônjuge, sem brigas, contendas e com alinhamento nas decisões e sonhos? Quanto você entregaria para equilibrar suas finanças, gerir seu tempo de forma que coisas importantes sejam feitas de forma natural em seu cotidiano? Quanto você pagaria para realizar sonhos e desejos que ficaram pelo caminho ao longo de sua história?

Temos a plena convicção que tudo isso e mais é possível e as respostas estão dentro de você. Na Undertake, oferecemos um despertar e proporcionamos a cada participante uma experiência de crescimento e amplitude em todas as áreas da vida. Sua oportunidade de sucesso na Vida e nos Negócios é agora!

www.p7g.com.br

SE LIGA



Nesta conferência, você conhecerá as ferramentas da Estratégia de Negócios P7G que lhe auxiliarão nas 7 áreas de gestão da Vida e dos Negócios. Elas estão fundamentadas em estudos e testadas em muitos "cases de sucesso" ao longo de 23 anos de experiência contábil, jurídica e administrativa.

A Undertake é mais que um encontro didático, será uma experiência de vida, network, insight, liderança, propósito de vida, planejamento estratégico, financeiro, marketing, gestão e muita motivação.



VIDAS NEGRAS IMPORTANTAN

VIDAS NEGRAS IMPORTANTAN



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA (UPSIN)

La Universidad Politécnica de Sinaloa (UPSIN) surge a partir de una correspondencia de los dos niveles de gobierno, Federal y Estatal, compartiendo la misma preocupación de diversificar la oferta educativa en aquellas regiones que carezcan de opciones viables de operar. Además, surge como parte de la propuesta contenida en el Programa Nacional de Educación 2000-2006, que pretende impulsar el desarrollo con equidad de un sistema de educación superior de buena calidad que responda con oportunidad a las demandas sociales y económicas del país y obtenga mejores niveles de certidumbre, confianza y satisfacción de sus resultados.

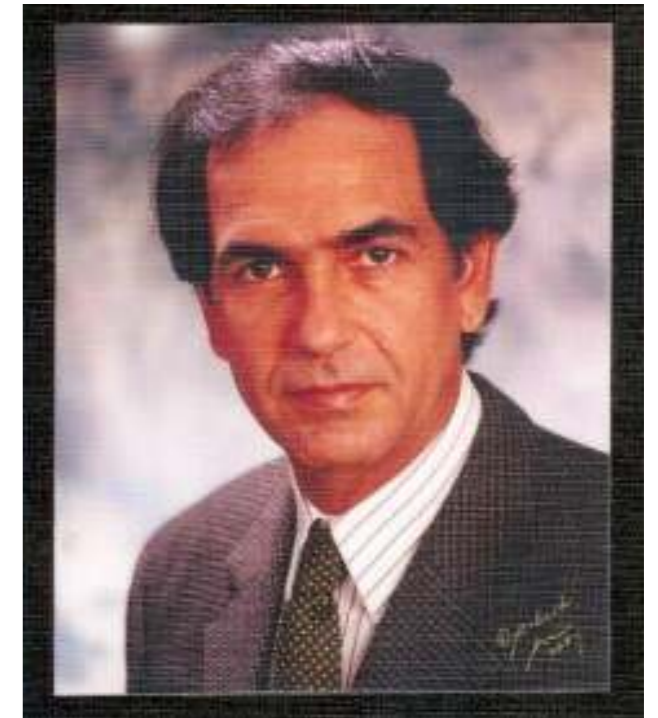
La necesidad de fortalecer la educación superior en el sur de nuestra entidad federativa motivó al

Ejecutivo Estatal a crear una institución de educación superior de alta calidad que fuera capaz de formar ciudadanos ejemplares, con dominio de la tecnología de punta y con aptitud para integrarse cabalmente a su entorno. Después de varios estudios de orden de económico y de oferta y demanda educativa, se decidió instalar la UPSIN en la ciudad y puerto de Mazatlán, a su vez que se contaba con las condiciones propicias, tanto en infraestructura educativa como industrial y de prestación de los servicios.

Dichos estudios arrojaron la necesidad de crear las carreras de ingeniería en Biotecnología, en Mecatrónica y en Informática. Así, el 30 de agosto de 2004 se crea la UPSIN como un organismo público descentralizado del Estado de Sinaloa,



Alfredo Román Messina



según aparece en el decreto para su creación, publicado en el diario oficial de la fecha anteriormente indicada. El precedente histórico de la UPSIN es la creación del subsistema de Universidades Politécnicas (UUPP) de la Subsecretaría de Educación Superior (SES) en el 2001.

Con el apoyo de la Coordinación de las Universidades Politécnicas (CUP), se crea la UPSIN y se implanta el mismo modelo educativo con el que se rigen las UUPP en nuestro país; este modelo educativo plantea la formación profesional basada en competencias y centrado en el aprendizaje significativo del alumno. A partir de la fecha de publicación del decreto de creación, en el diario oficial del estado, se iniciaron los trabajos que se requerían para estar en posibilidades de convocar a aspirantes a ingresar a la UPSIN; conseguir y habilitar el espacio provisional para el desarrollo de las actividades propias de la universidad, entre otros.

En febrero de 2005 se lanzó la primera convocatoria para aspirantes a ingresar a la UPSIN y este proceso concluyó con el registro oficial de 138 alumnos, distribuidos en las tres carreras, iniciando las actividades académicas el día 2 de mayo del mismo año. Al mismo tiempo se lanzó la segunda convocatoria para ingresar a la UPSIN en septiembre de ese mismo año. A partir de entonces, la UPSIN lanza una convocatoria anual con el propósito de iniciar actividades académicas, para cada generación, en el mes de septiembre.

ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA (UPSIN)

¿Cuál es la imagen que ha conquistado UPSIN dentro del país?

Desde su fundación en el año 2004, la UPSIN se ha caracterizado por ser una institución de edu-

cación superior que agrega valor a su alumnado al igual que a sus partes interesadas, primordialmente. Esto se logra a través del cumplimiento y compromiso que se tiene con la misión y visión institucional, con nuestro programa institucional de desarrollo y con el logro de la política y los objetivos de la calidad.

¿Cuál es el proyecto más importante que ha realizado UPSIN?

La UPSIN ha logrado ser reconocida nacional e internacionalmente a través de acciones clave que se plasman a manera de resultados en sus indicadores institucionales vigentes. Por tal razón, la universidad ha emprendido uno de los proyectos más ambiciosos y estratégicos hasta el momento: la integración de sus modelos y sistemas de calidad educativa en un sólo mecanismo de gestión integrada a fin de certificar, acreditar y aprobar toda la normativa aplicable a la mejora y el cumplimiento de nuestros objetivos de calidad incluyendo el reconocimiento y acreditación de nuestros programas educativos, refrendos de

Campus 1



Campus 2



distintivos y certificados. Asimismo, se ha promovido la Responsabilidad Social por medio de programas de voluntariado, programas académicos pertinentes, vinculación con la comunidad, gestión ambiental, programas de inclusión y equidad, consolidación de la oferta educativa, con la atención en el ciclo 2018-2019 de 4061 estudiantes inscritos en 13 programas educativos (11 de licenciatura y 2 de posgrado).

¿De qué forma UPSIN aporta a la satisfacción de sus stakeholders?

Promoción e implementación de la Responsabilidad Social para generar una estructura de apoyo que permita enfocar las actividades realiza-

das en el cumplimiento de los requisitos de los grupos de interés (stakeholders). Contribución en la formación de profesionistas y personal de alta calidad competitiva de excelencia fortalecidos mediante una formación holística con valores, programas educativos acreditados y con pertinencia social que promuevan la investigación científica y tecnológica, la vinculación y la extensión universitaria para incidir en el desarrollo sostenible e incluyente de la sociedad.

¿Cuál es la satisfacción generada por UPSIN en sus clientes externos e internos?

La satisfacción se puede expresar en términos de la demanda que tenemos de aspirantes para

estudiar las carreras que ofrecemos, además que nuestros egresados (hablando de clientes externos) están colaborando en empresas importantes, tanto nacionales como internacionales. ¿Qué tan importante es tener una buena gestión con sus públicos de interés para mejorar la Reputación Corporativa de UPSIN?

Es sumamente importante, ya que para generar lazos de colaboración y obtener resultados significativos que favorezcan un desarrollo sostenible de manera mundial, es necesario tener acercamiento y buena vinculación con los grupos de interés que fortalecen nuestros procesos educativos a manera de retroalimentación y mejora.

¿Cuáles estrategias responsables que UPSIN viene realizando para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders? ¿Y en qué consisten?

Promoción de la responsabilidad social: Uso responsable de medios digitales y de comunicación; impartición de charlas, conferencias, cursos, asesoría técnica y participación colateral con instituciones y asociaciones que buscan fortalecer su compromiso con el tema de responsabilidad social por medio de programas institucionales de carácter voluntario, formativo y pertinente.



Edificio de Tecnologías



Laboratorio Tecnología Ambiental



Edificio de Docencias II-A



Laboratorio de Energía

¿De qué forma esas estrategias propuestas pueden ayudar a tornar más sólida su Reputación Corporativa?

Al comunicar de forma transparente y compartir la capacitación sobre responsabilidad social y calidad, se genera una mayor confianza y motivación con nuestras partes interesadas de sumarse a los programas en beneficio del cumplimiento del desarrollo sostenible.

¿Cómo UPSIN trata las cuestiones de ética y Responsabilidad Social Corporativa?

Por medio de comité de responsabilidad social y el comité de transparencia, de los cuales forman parte la contraloría institucional y abogada general como representantes de la alta

dirección, comprometidos en monitorear de manera constante que la operación de la Institución sea de forma ética y responsable.

¿Cómo mantener una conducta ética y responsable con relación a sus partes interesadas ayuda a mejorar la reputación corporativa de UPSIN?

Generan una mayor confianza, vinculación y ejecución de proyectos integrales de alto impacto que favorecen al aumento de los resultados en pro de la responsabilidad social y calidad institucional educativa.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
DE SINALOA

**¡Tu éxito
comienza aquí!**

Oferta Educativa

- Ing. en Biotecnología
- Ing. en Tecnologías de la Información
- Ing. Mecatrónica
- Ing. en Energía
- Ing. en Logística y Transporte
- Ing. en Tecnología Ambiental
- Ing. Biomédica
- Ing. en Animación y Efectos Visuales
- Ing. en Nanotecnología
- Lic. en Terapia Física
- Lic. en Administración y Gestión de PyMES
- Maestría en Enseñanza de las Ciencias
- Maestría en Ciencias Aplicadas



BRILHO SOLAR LTDA

Brilho Solar LTDA. es una empresa que actúa en el mercado de energía fotovoltaica, con una sede muy estructurada, ubicada en la ciudad de Marabá, en el estado de Pará. En sus tres años de funcionamiento viene atendiendo, no solamente en Marabá, sino a toda la región adyacente, llevando tecnología, sustentabilidad, economía y confort para empresas, industrias, residencias y áreas rurales.

Ese legado de emprendimiento comenzó con el Dr. Mateus Lucena y Naiara Lucena, estando ambos al frente de la construcción de la empresa. Estos empresarios creen que la familia lo es todo, por eso, dedican sus vidas a la transformación de un mundo más saludable. La pareja posee otras iniciativas de éxito, como en la agroindustria y en el sector de tecnología avanzada, con fibra óptica en la empresa, Evolutec LTDA.

Brillo Solar LTDA, es pionera en la ciudad de Marabá y hoy ya posee el espacio físico adecuado para poner a disposición cursos en el área de montaje y mantenimiento de energía fotovoltaica para nuevas empresas que van surgiendo y que necesitan de un soporte en entrenamiento para departamentos de ventas, ingeniería y montaje de equipos. Como son pioneros proporcionan entrenamientos para quienes están iniciando en el ramo de la energía solar, pues creen que hay espacio para todos en el mercado siempre que ejecuten un buen trabajo.

La empresa ha destacado y ya recibió varios premios de reconocimiento nacional e internacional por el trabajo efectuado con excelencia y respeto al medioambiente.



Una de las principales características del mercado, al menos bajo un punto de vista práctico y material, es el aumento constante de la demanda por abastecimiento energético. La energía es de esencial importancia para la existencia de la sociedad como la conocemos, es imposible imaginar la existencia de nuestra industria, nuestros medios de transportes, nuestra agricultura e incluso, de la vida urbana sin fuentes de energía para sostenerlas.

La energía solar fotovoltaica tiene importancia como alternativa para solucionar los desafíos energéticos globales. Entre los principales están acabar con la dependencia energética de los combustibles fósiles como carbón, petróleo y gas natural para reducir la emisión de los gases de efecto invernadero que contribuyen en el calentamiento global. La búsqueda del desarrollo sostenible con opciones que estimulen el crecimiento económico, pero que tengan bajo o ningún impacto ambiental, está directamente ligada al desarrollo de la energía solar fotovoltaica.



GROWATT 5500MTL-S

Potência Nominal (W): 5000

Potência Máxima (W): 6650

Quantidade de Mppt: 2

Tensão de Saída AC (V): 220

La energía solar es importante en la preservación del medio ambiente pues no produce contaminantes a diferencia de las principales fuentes de energía. Desde hace tiempo, los especialistas creían que los combustibles fósiles no se agotarían, pero esa realidad está cambiando. La energía solar es una fuente de energía renovable pues su fuente, el Sol, es inagotable en la escala terrestre de tiempo, infinita. Al



abastecer tanto calor como electricidad, es una de las opciones energéticas más prometedoras del nuevo milenio.

PAPEL SOCIAL DE LA ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA

Además, la energía solar fotovoltaica aún tiene espacio para mejorar la relación de los humanos con la naturaleza, sea facilitando el día a día de las poblaciones no abastecidas por la energía eléctrica convencional, considerando que el Sol es una fuente gratuita, sea reduciendo el consumo energético tradicional de locales con gran necesidad de electricidad, teniendo nuevamente como objetivo la no emisión de contaminantes. De modo general, la concientización y los cambios culturales que esa tecnología promueve pueden hacer una importante contribución en la atención de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, en cualquier lugar y forma.

En Brasil, específicamente, contamos con un recurso solar de excelente calidad en todo el país. Y debido al vasto conocimiento de cómo este recurso se distribuye, a lo largo del año, en todo el territorio nacional, la aplicación y viabilidad de la energía solar es muy simplificada.

La utilización de sistemas de energía solar fotovoltaica en comunidades separadas ha sido una opción prometedora desde el punto de vista económico, ambiental y social. Estas comunidades son, normalmente, constituidas por moradores de bajos ingresos o bajo nivel de educación. Esa población acaba marginada, sin información y principalmente, sin acceso a servicios de saneamiento básico y otros que aumentan mucho la vulnerabilidad de esta población.

En este sentido, la instalación de pequeños sistemas de energía solar fotovoltaica cambia radicalmente la vida de esas comunidades y personas. Desde pequeños sistemas de bombeo de agua potable, refrigeración de alimentos y medicamentos (vacunas), iluminación, comuni-

cación, entre tantas otras aplicaciones. Sistemas simples y de relativo bajo costo que salvan vidas, modifican la forma de vivir y llevan información, trayendo inclusión y la mejora de calidad de vida en estas comunidades.



¿Es capaz de imaginar a alguien que nunca tuvo luz en las noches oscuras, cuando ve la luz encenderse al caer del sol? ¿Alguien que no tenía agua potable, tener acceso a un pozo con una bomba de agua solar proporcionando agua limpia y disminuyendo las enfermedades traídas por el consumo de agua no potable?

Como ejemplo, podemos citar la siguiente situación: imaginense una comunidad aislada, cuyo sostén depende de la pesca, sin embargo, no hay energía para el almacenamiento y conservación de los peces. Esa comunidad está a la merced de los intermediarios que, según su voluntad, pagan por la pesca el precio que quieren para recolectar y llevar este producto a las centrales de distribución. Un sistema solar fotovoltaico de iluminación y refrigeración cambia la vida de esta comunidad que desde la instalación del sistema ya no necesita de intermediarios. Con eso, mantiene su producción debidamente almacenada hasta un determinado día de la semana en la que un representante puede

distribuirla a los comercios locales y negociar precios justos. Eso es la energía solar cambiando vidas, desarrollando e incluyendo.

Comunidades indígenas que logran tener puestos de salud con vacunas y primeros auxilios, prestando una atención adecuada hasta que el equipo de salud consiga llegar al lugar. Eso es energía solar salvando vidas.

Comunidades aisladas recibiendo señal de internet, TV y telefonía, llevando información y desarrollo. Eso es la energía solar llevando información.

Brillo Solar se enorgullece grandemente de poder proporcionar sistemas para cambiar vidas; más que un comercio, creen en el poder del sol en la vida de las personas y son recompensados por los relatos de sus clientes. Eso es Brillo Solar, ayudando a personas a transformar la luz del sol en electricidad. Como mencionamos anteriormente, la energía solar fotovoltaica tiene fuertes impactos socioambientales, económicos y de desarrollo sostenible.



DIREITO COM RESPONSABILIDADE

O Escritório **PALHA & MIRANDA Advogados Associados** atua em diferentes ramos do direito, como Direito do Trabalho, Direito Civil, Direito do Consumidor, Direito Previdenciário e Direito Tributário.

Os Profissionais têm sólida formação acadêmica na área jurídica, com especialização em Direito do Trabalho, Direito Processual do Trabalho, Direito Processual Civil, Direito Civil, Direito Constitucional e Direito Tributário, cursos jurídicos nas Universidades Yale e da Califórnia e de Ciências Políticas e Gestão Pública nas Universidades Yale e Harvard.

Aliando especialização técnica, paixão pela advocacia, compromisso e respeito, adotamos uma filosofia mais ampla de oferecer aos clientes trabalhos de qualidade em diversos ramos do Direito.

Portanto, o Escritório atua visando a integrar diversos especialistas com vistas a oferecer trabalhos de qualidade ao Cliente.

P&M
PALHA & MIRANDA
ADVOGADOS ASSOCIADOS
www.palhaemiranda.adv.br

Matriz: Av. Tancredo Neves, Salvador Trade Center - Salvador, Bahia
Filial: R. São Francisco de Salles, 192, Diadema, São Paulo.
71 3341-6765 / 71 99993-4432 / 11 96342-5238

¿Cómo lavarse las manos?

Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos

0 Mójese las manos con agua;

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

2 Frótese las palmas de las manos entre sí;

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

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

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

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

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

8 Enjuáguese las manos con agua;

9 Séquese con una toalla desechable;

10 Sirvase de la toalla para cerrar el grifo;

11 Sus manos son seguras.

SIMONE BAGUINSKI ADVOCACIA

Simone Baguinski es una abogada formada por la Universidad de Caxias do Sul-RS, con posgraduación en Derecho Tributario por el IBET/RS y un MBA en Gestión de Negocios por el IBMEC. Profesional ranqueada por la respetada revista Anuário Análise – Executivos Jurídicos e Financeiros/2015, por los cargos de Gerente Jurídica y Secretaria del Consejo de Administración de la compañía abierta Forjas Taurus S/A, de 2012 a 2016. Fue socia de dos grandes oficinas nacionales, también ranqueados por la Revista Anuário Análise. Fue Consejera del Consejo Municipal de Contribuyentes de Caxias do Sul, indicada por la OAB-RS, de 2007 a 2009; Consejera Fiscal suplente en la compañía abierta brasileña Pettenati S/A en 2006/2008 y 2009/2011; miembro del Comité Estratégico Jurídico de la AMCHAM/RS; profesora invitada en los cursos de posgraduación de la UNIRON - Universidad

de Rondônia y en los cursos de extensión de Derecho Societario de la UNISINOS/RS; profesora de los cursos de Holding Familiar y Sucesión Empresarial del Portal de Auditoría y socia del Valor Tributario.

Simone Baguinski Advocacia es una oficina moderna que prima por el servicio personalizado, exclusivo con su socia, con sólida experiencia en las áreas de derecho contractual, sucesiones, civil, societario y tributario.

Su actuación está dedicada a la mejor orientación del cliente a través del uso de herramientas jurídicas que promueven la planificación empresarial y la gestión de las relaciones jurídicas, con vistas a la protección de la actividad empresarial y del patrimonio personal, incluso minimizando diversos costos.



Cristine Carvalho - Adriane Karkow e Simone Baguinski - KworK sede do escritório



En el ámbito de su área de actuación, el objetivo es trabajar de manera preventiva y consultiva, a fin de prestar un efectivo apoyo al cliente en la toma de decisiones basadas en la experiencia jurídica congregada en la sociedad y darle la certeza de un previo y amplio análisis de los riesgos envueltos en la situación.

Esta actuación, en la forma de consultoría jurídica, proporciona a los clientes además de la solución para eventuales problemas ya existentes, la posibilidad que eventuales debilidades puedan ser reconocidas de inmediato y las relaciones jurídicas reestructuradas con vistas a un mejor desempeño jurídico, empresarial, organizacional y financiero.

Su área de acción contempla las siguientes materias: Herencias; Societaria; Gobernanza Corporativa y Secretaría de Consejo de Administración; Tributario; Civil; Laboralista consultivo y preventivo; Consumidor y Derecho Público.

A partir de la experiencia adquirida a lo largo de la trayectoria personal de la socia, la oficina cuenta con diversas soluciones jurídicas que pueden ser un diferencial para su negocio y también para su patrimonio.

ENTREVISTA CON EL REPRESENTANTE DE SIMONE BAGUINSKI ADVOCACIA

¿Cuál es la función de la empresa? ¿Y cómo fue el inicio de sus actividades?

La empresa es una oficina de derecho moderna cuyo servicio especializado por parte de su socia permite la planificación de los negocios y del patrimonio particular de su red de clientes, con inteligencia tributaria. Las actividades iniciaron en 2016 y la trayectoria de la oficina congrega las áreas tributaria, sucesoria, societaria, civil, gobernanza corporativa y cumplimiento. La socia imparte clases en todas las principales ciudades brasileñas y por medio de una sólida

red de negocios y socios atiende en las principales regiones del País. La imagen es de ética, seguridad y capacidad, siendo premiada como referencia nacional brasileña en 2018, 2019 y 2020 y como miembro elite de la World Confederence of Businesses, y convirtiéndose en la oficina vencedora del The Bizz 2019 - Business Excellence Certificate.

¿Para qué tipo de mercado comercializa la empresa?

Prestamos servicios a personas físicas y jurídicas de todo tamaño, priorizando la reducción de costos operacionales y tributarios en la organización patrimonial.

¿Cuántos empleos directos e indirectos son generados por la empresa?

La oficina es una SIA - Sociedad Individual de Abogacía. Ese formato asocia una red de colaboradores y socios, que no son sólo socios efectivos, sino que garantiza relaciones con verdaderas ganancias mutuas y servicio nacional e internacional. La empresa funciona en el sistema de sociedad en 14 Estados brasileños. La red de socios alcanza a cerca de 2.000 personas al año.

¿La empresa cuenta con Programas de Responsabilidad Social Empresarial? ¿Cuáles? ¿En qué fase se encuentran? ¿Cuáles fueron los principales desafíos y resultados?

La empresa tiene como negocio principal la prestación de servicios orientada a la Responsabilidad Social Empresarial, pues actúa jurídicamente en la implantación de sistemas de gobernanza corporativa y cumplimiento. La pauta ética es una realidad en los negocios ofrecidos a los clientes y la transparencia de las relaciones, una identidad de la oficina. La socia imparte cursos en todo el Brasil en los temas de Planificación Patrimonial y Sucesión y exposiciones dirigidas al público empresarial y de agroindustria. Es un proyecto permanente, desde 2017, enfocado en la educación de sus pares de mercado, socios y empresarios de los más variados

segmentos. La idea de fomentar la educación en los temas relacionados a la gobernanza y planificación empresarial agrega valor a los negocios realizados como resultado de las prácticas de responsabilidad social empresarial.

¿Cuál es el proyecto de RSE más importante que su empresa ya realizó?

Los cursos online y presenciales que alcanzan a cerca de 2.000 alumnos por año. La empresa hoy funciona en un local compartido, un coworking con profesionales del área de arquitectura y consultoría de imagen, con el objetivo de dividir los espacios en forma sostenible, inteligente y con costo compartido. Es una unión de profesionales independientes que buscan un espacio democrático para desarrollar proyectos sin el aislamiento del home office y con la posibilidad de ampliar horizontes, en todos los sentidos. Brasil pasó por un período de fuerte desaceleración económica, asociada a la crisis moral y política. Muchos profesionales se reinventaron en los últimos años. Ese modelo se alinea al momento del país, que está, en su ritmo, estableciendo nuevas bases económicas y de valores y nuestro ideal es establecer, incluso en las crisis, verda-



SIMONE BAGUINSKI
— ADVOCACIA —

deras oportunidades de crecimiento: intelectual, económico, de negocios, de personas y de afectos. Compartir para crecer es una tendencia mundial y de negocios.

¿En caso no se hayan adherido a programas de RSE, hay expectativas de implementarlos? ¿Cuáles serían?

Hay expectativas de perfeccionar el área de educación en negocios e implantación de programas específicos: exposiciones y workshops para startups y nuevos empresarios.

¿Cuál el punto de vista de la empresa sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

Los 17 ODS's son el diferencial del nuevo mundo corporativo. Las empresas enfocadas en la movilidad social y desarrollo sistémico y en la búsqueda de mejores prácticas para un mundo mejor, sin duda, serán las mejores empresas para trabajar. Entendemos que la educación de calidad y sociedades para el cumplimiento de las metas son las prácticas colaborativas más intensas de nuestra oficina en busca de paz y justicia mundial.

¿Cómo su empresa aporta para la satisfacción de sus clientes internos, externos y proveedores?

Nuestra empresa busca sociedades para el servicio de las necesidades de nuestros clientes externos. Es una empresa que amplía el foco de la prestación de servicios, sin limitarse a las soluciones jurídicas de su esencia, sino a las necesidades globales que traen áreas multidisciplinarias como la administración de empresas, la psicología, la contabilidad, los recursos humanos. La idea es dividir esfuerzos y multiplicar resultados, en una efectiva corriente en la que todos ganan.

¿Cuán importante es la buena gestión para la reputación corporativa de su empresa?

La buena gestión de la red de negocios es fundamental para nuestra reputación corporativa. Buscar colaboradores y socios con la misma visión estratégica, de carácter ético y humano es lo que diferencia nuestro networking.

¿Qué estrategias responsables realiza su empresa para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders?

La principal estrategia para la satisfacción de los stakeholders es formar alianzas estratégicas en áreas multidisciplinarias que se relacionan a la prestación de servicios de la oficina. Los desafíos son alinear las alianzas a las políticas corporativas éticas y de gobernanza corporativa y demostrar al cliente que la unión de esfuerzos agrega valor.



¿Cuán importante es para la organización la ética y la Responsabilidad Social Corporativa?

La ética y Responsabilidad Social Corporativa son fundamentales en nuestra organización y son nuestras herramientas de trabajo. Nuestra prestación de servicios prioriza justamente la entrega del trabajo desarrollado en esos dos principios y nuestra área de acción congrega profesionales que preparan a nuestros clientes en la implantación de la Gobernanza Corporativa de acuerdo con el tamaño y necesidades.

¿La empresa implementó un Programa de Cumplimiento? ¿Cuáles son sus principales directivas? ¿Y sus principales desafíos?

Sí, tenemos un Código de Ética, alineado a las directivas de la OAB y nuestros contratos están alineados a la Ley Anticorrupción brasileña. Esas herramientas son directivas para todos nuestros socios, formalizados por Acuerdos Comerciales y Sociedad de Negocios. El mayor desafío es justamente multiplicar estas herramientas en nuestra red de negocios, en especial en el cliente final. No hay dudas que el empresario visionario ya percibe la importancia de la sistematización de normas adaptadas a su negocio, con el objetivo de responsabilidad social y corporativa. La empresa moderna es la que busca, tal como un trabajo de sastrería, implantar el cumplimiento adecuado a su estructura y que multiplique sus resultados.



O ESCRITÓRIO

SIMONE BAGUINSKI ADVOCACIA

ATUA NAS SEGUINTEs ÁREAS:

- Societário
- Tributário
- Governança Corporativa
- Compliance
- Empresarial
- Contratual
- Cível
- Consumidor
- Direito Público
- Sucessões
- Contencioso

Quer saber mais? 54 99998.2533 | 51 99233.2019



SIMONE BAGUINSKI
ADVOCACIA



**AMPLIA GAMA DE MATERIALES
DE CONSTRUCCIÓN DE ALTA CALIDAD**



UM NOVO CONCEITO EM ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

DIRECIONADO A ASSUNTOS PESSOAIS E DE NEGÓCIOS, COM ATUAÇÃO PREDOMINANTE NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO E OUTRAS CIDADES LÍMITROFES DO INTERIOR E LITORAL PAULISTA.



HERANÇA E DOAÇÃO
(ITCMD)



COMPRA DE IMÓVEIS
(ITBI)



ÁREA TRIBUTÁRIA



EXECUÇÃO DE TÍTULOS
EXTRAJUDICIAIS



FAMÍLIA E SUCESSÕES
(SÓ AMIGÁVEL)

ISEEA SRL

ISEEA SRL es una empresa que tiene como objetivo suministrar soluciones integrales en los servicios de Proyecto, Construcción, Montaje Eléctrico, Automación y Control, Montaje Estructural, Obras Civiles, cumpliendo con rigurosos estándares de calidad, seguridad, salud ocupacional y medio ambiente, desempeñando nuestras actividades con eficiencia e innovación en el marco de la ética y el respeto, aportando al desarrollo de nuestro medio ambiente. ISEEA SRL inició sus actividades en 2012, abarcando proyectos de gran amplitud en los sectores petrolífero y minero, con personal nacional y extranjero de acuerdo con las necesidades de los proyectos a los cuales se enfrentaba. Actualmente, a ISEEA SRL genera en promedio entre 15 empleos directos y 20 indirectos.

La empresa presta servicios de consultoría, asesoría y ejecución de ingeniería. Eléctrica, instrumentación y control, mecánica, procesos civiles e industriales; además, servicio de ingeniería de proyecto, instalación de equipos de seguridad; construcción de obras civiles, proyectos eléctricos, consultoría, ejecución y fiscalización en temas eléctricos; cursos de entrenamiento y seminarios.

Empresa líder en Ingeniería y Servicios con profesionales altamente capacitados y con amplia experiencia, ISEEA SRL ofrece a sus clientes un servicio de alta calidad y eficiente, adentro de elevadas calidades de calidad y seguridad.

Sus principales clientes son empresas que tienen la convicción de mantener o alcanzar los más elevados estándares de calidad, confiabilidad y costos, en diferentes sectores de la industria: minería, metalurgia, petróleo, alimentos, etc. También cuentan con vasta experiencia en instalaciones con alto riesgo de explosión y que exigen los más rígidos requisitos de seguridad.

ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE ISEEA SRL

¿La empresa ya adhiere a los programas de RSC o tiene expectativas de implementarlos? ¿Cuáles serían?

En la última gestión, ISEEA SRL inició con el plan de implementación de un programa de RSE, comenzando con la creación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa. Ya teniendo claros los conceptos y pasos a continuación en esta implementación, ISEEA SRL se encuentra en fase de planificación, teniendo como objetivos claros en esta fase: Diagnóstico, Comprometimiento, Organigrama, Identificación de áreas de actuación, Validación de áreas de acción, Plan de CSR. Encontrándose ahora en la fase específica de Identificación de áreas de actuación, ISEEA SRL tiene grandes expectativas para esta nueva fase de crecimiento empresarial que irá a traer un mayor beneficio para la empresa y su medio ambiente.



¿Cuál es la visión de la empresa sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, desde proposición en 2016, lanzaron nuevos marcos al nivel de todas las industrias y todos los mercados. Bajo la premisa de que el éxito empresarial no se podrá alcanzar sin un ambiente sostenible. ISEEA SRL busca aportar al alcance de los objetivos de los ODS, por medio de dos abordajes descritos a continuación. ISEEA está implementando iniciativas relacionadas a las operaciones de la empresa para reducir y eliminar los impactos negativos y potenciar los positivos para las partes interesadas, buscando como resultado el posible avance en la eficiencia operacional, reducción de costos, atracción y retención de talentos, interés y fidelización de

clientes, entre otros. Asimismo, será aplicado un abordaje que consiste en el desarrollo de productos y servicios innovadores, en el ámbito del sector de actividad de la empresa, que aporten a los objetivos fijados en los ODS, al mismo tiempo que generan nuevas oportunidades de negocio. Por otro lado, ISEEA SRL entiende las ventajas que acompañan la contribución a los ODS, que se muestran, pero no se limitan a: identificar oportunidades de negocios y atraer capital; aumentar el valor de la sostenibilidad corporativa, incluyendo la atracción de talentos y la preferencia del cliente; fortalecer la relación con las partes interesadas; estar alineado a los avances legislativos; fortalecer la prevención de riesgos; estabilizar sociedades y mercados, aportando a su desarrollo y acceso a productos y servicios; usar un lenguaje común y tener un

propósito común, lo que facilita la coordinación de esfuerzos con el gobierno y organizaciones de la sociedad civil.

¿Cómo su empresa aporta para la satisfacción de sus clientes y proveedores internos y externos?

ISEEA SRL establece una relación mucho más personal y amigable con cada cliente, buscando su satisfacción en cada etapa del servicio, ofreciendo soluciones diferenciadas para cada preocupación que el cliente tiene, lo que hace que cada cliente genere su preferencia al trabajar con la empresa, por el amplio abanico de opciones y soluciones en el decurso del servicio, y por el acompañamiento constante que los responsables efectúan a cada uno de los proyectos ya concluidos, aprovechando para buscar nuevas oportunidades de negocio y soluciones que puedan ser oferta al cliente, y que él considera atractivo con base en la experiencia que ya tuvo con la empresa.

Trabajar con proveedores aún es diferente, ISEEA SRL busca siempre mantener una relación de amplia confianza con sus proveedores, siendo éstos también los que representan una parte muy importante en la fase de prestación de servicios a clientes que requieren fabricantes o proveedores, específicamente, con quienes ISEEA SRL mantiene siempre una relación muy «potente» en el establecimiento de los diferentes servicios.

¿Qué tan importante es la buena gestión para la reputación corporativa de su empresa?

Un buen sistema de gestión define el rumbo y la seriedad que cada empresa tiene internamente. Un buen sistema de gestión hace la diferencia entre una empresa común y una empresa con objetivos y metas claras. Es en este sentido que ISEEA SRL, desde el inicio de sus operaciones, estableció un Sistema de Gestión Integrado, que incluye los siguientes pilares: Gestión de calidad, Gestión de Seguridad de la Información, Gestión de riesgos,



Gestión de documentación. Es el Sistema de Gestión Integrado que se responsabiliza de la implementación de todos los procedimientos normalizados, en oficinas y en el campo, en el sector industrial. Dicho Sistema de Gestión ha sido reconocido y valorado por los clientes, por el orden y seriedad que representa.

¿Cuáles estrategias responsables su empresa realiza para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders?

Entendiendo que los stakeholders son un elemento fundamental en la gestión de proyectos. ISEEA SRL trabaja mucho para satisfacerlos y enfrentar cualquier proyecto. Es fundamental identificarlos y clasificarlos desde el inicio de un proyecto, de esa manera, ver los niveles de interés y sus expectativas individuales, a fin de determinar su impacto y el potencial soporte que pueden tener. El paso crucial, una vez identificado, es atenderlos, uno a uno, para saber in-

dividualmente sus expectativas para el proyecto, el impacto en sus vidas y los objetivos que influyen en su satisfacción. Hecha esa investigación, el diálogo es utilizado para proponer resultados, avances y mejoras continuas. Finalmente, un elemento clave en la gestión de la satisfacción de las partes interesadas es la matriz de evaluación de la participación de las partes interesadas, a fin de determinar los niveles deseados y actuales de participación, motivación y comprometimiento de las principales partes interesadas. Relaciones identificadas y superposición potencial entre las partes interesadas. Requisitos de comunicación. Las informaciones que serán distribuidas a las partes interesadas. Vale resaltar la importancia de los stakeholders y por qué buscan su satisfacción en cada proyecto, ya que entonces directa e indirectamente se vuelven embajadores de la empresa; su buena opinión y experiencia sobre la empresa tienen mucho peso.

¿Cuál la importancia de la ética y de la responsabilidad social corporativa para la organización?

ISEEA SRL tiene en sus políticas internas. Como uno de los principales pilares, la ética y la responsabilidad social, un concepto que anda de manos con la satisfacción de los stakeholders. Comprendiendo la importancia del papel de la empresa en la sociedad, ISEEA SRL no descuida su responsabilidad con todo su ambiente laboral, siendo que los colaboradores son quienes permiten el crecimiento de la empresa.

¿Su empresa ha implementado un Programa de Compliance? ¿Cuáles son las principales directrices? ¿Y los principales retos?

Dado el crecimiento que ISEEA SRL ha experimentado en las últimas etapas, el último año, comenzó también a invertir en el programa de compliance de la empresa, teniendo como premisas algunos de los siguientes puntos: cuadro

reglamentar que rige la empresa; anticipar todos los riesgos encontrados en las actividades de la empresa; aplicar sanciones a quienes violen dichos reglamentos.

Sin duda, la implantación de los nuevos protocolos de negocios que está gestionando el Sistema de Gestión Integrado ha representado un desafío, y todas esas cuestiones son constantemente socializadas con el equipo administrativo y de campo. Los frutos del Programa de Compliance empiezan a notarse, reflejados directamente en los resultados de las evaluaciones internas de la empresa, que, por su vez, se expanden para la forma como la empresa es vista por el medio ambiente y por todos los clientes.

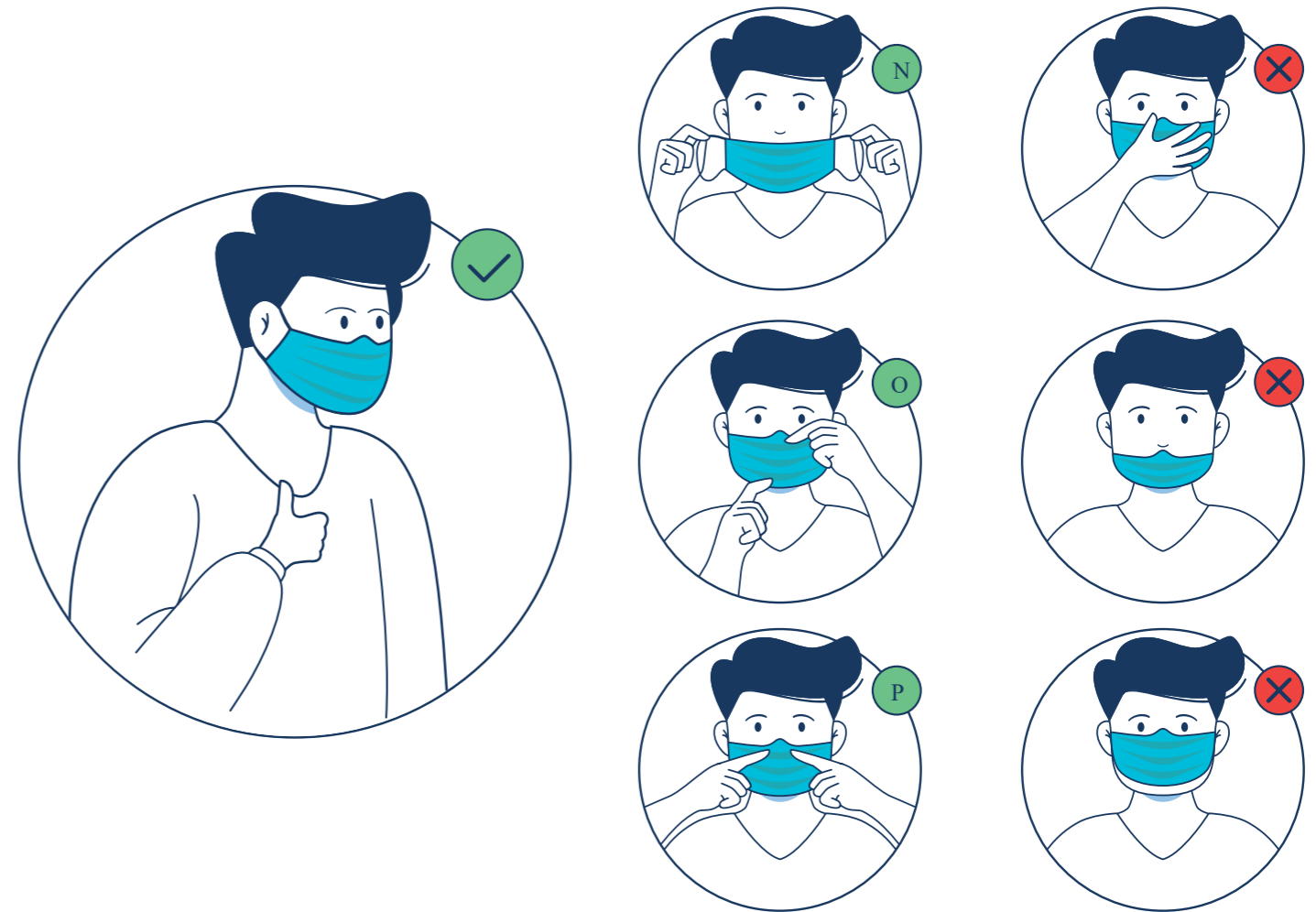


Contáctanos

- +591 741 23614
- mtapia@iseea.com.bo
- www.iseea.com.bo
- ISEEA SRL Servicios Industriales



¿CÓMO COLOCAR LA MÁSCARA CORRECTAMENTE?



#MASCARASALVA

WWW.LAQI.ORG



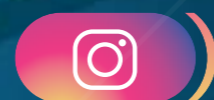


EXPLORE
SEUS
LIMITES



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG

IMPERWASH

ImperWash es una empresa especializada en limpieza a seco, impermeabilización de tapizados residenciales y automotrices, higienización e hidratación de tapizados en cuero y derivados en general.

Cuenta con la experiencia de su gestor, Alanderson José M. Almeida, quien lleva más 23 años actuando en el área, y quien, luego de dejar su trabajo en una anterior empresa, en octubre de 2015, dio paso al inicio de un sueño, el de levantar su propia empresa. Aun en medio de la crisis que se instauraba en el país, inició las actividades y, con tan solo 4 años de existencia, se volvió referencia nacional, alcanzando visibilidad internacional, prestando servicios a los habitantes y comerciantes de la región de Belo Horizonte, Minas Gerais.

ImperWash es también fabricante del Impermeabilizante ImperTector, comercializado para todo Brasil.

La empresa cuenta con experiencia de más de 20 años en Belo Horizonte, especializándose en limpieza a seco e impermeabilización de tapizados residenciales y automotrices, higienización e hidratación de tapizados de cuero y derivados en general. Trabajamos con tiendas de muebles en toda la ciudad de Belo Horizonte, prestando excelentes servicios a los miles de vecinos y comerciantes de la región.

Su éxito se debe al compromiso de los profesionales altamente entrenados y capacitados y, principalmente, por el aprecio por la calidad de los productos, valorando el respeto a los clientes. Para ello, IMPERWASH está siempre actualizándose con lo que hay de más moderno en tecnología de limpieza e impermeabilización, ofreciendo garantía y alta calidad en su servicio. Trabajan con Impermeabilizante de alta calidad, que no maltrata la tela tratada, no es inflamable y no es tóxico, dando más vida a la tela, con



Alanderson Almeida CEO



garantía de un año. Además de todos estos beneficios en conservación y aumento de vida útil del tejido, el impermeabilizante es también un excelente antialérgico, pues posee componentes en su fórmula, que combaten el ácaro, repeliéndolo del tejido tratado.

Cuentan con un equipo de profesionales altamente calificados para prestación de los servicios, manteniéndolos siempre actualizados con el avance tecnológico y modernizando cada día más la empresa para mejor atender nuestros clientes.

ENTREVISTA CON REPRESENTANTE DE LA IMPERWASH

¿Cuál es la función de la empresa? ¿Y cómo fue el inicio de sus actividades?

Una de nuestras funciones y atribuciones es aportar al desarrollo humano a través de los

productos y servicios que comercializamos y mejorarlos para nuestros clientes, compañeros y para toda la sociedad, para, de esa manera, valorar lo que ya está conceptualizado en el mercado que actuamos.

Como todo lo que es sólido y duradero, comenzamos nuestras actividades con el sueño de tener la mejor empresa del país de impermeabilización y el mejor servicio. Con amor, dedicación y trabajo arduo, lo hemos logrado y, obviamente, los sueños crecieron.

¿La empresa comercializa para que tipo de mercado?

Para todos los mercados, como hoteles, teatros, cines, empresas públicas y privadas. Trabajamos también en el mercado Textil, prestando servicios de Limpieza e Impermeabilización de tapizados en general para clientes y también en alianzas con las principales tiendas de muebles

en toda la ciudad de Belo Horizonte (cuando el cliente compra el tapizado, el vendedor inmediatamente le recomienda la impermeabilización que realiza ImperWash).

¿Cuántos empleos directos e indirectos genera la empresa?

Contamos con ocho colaboradores, además del gestor, siendo 1 gerente, 1 secretaria, 1 auxiliar administrativa, 2 técnicos de limpieza y 2 técnicos de impermeabilización, 1 operador de marketing. De manera indirecta, ya sobrepasamos los 50 vendedores que son muy bien comisionados para indicar, vender y presentar nuestros productos y servicios.

¿La empresa cuenta con Programas de Responsabilidad Social Empresarial? ¿Cuáles? ¿En qué fase se encuentran? ¿Cuáles fueron

los principales desafíos y resultados?

Sí contamos con RSE. Antes de la pandemia, asignábamos un porcentaje de ganancia para invertir en personas que futuramente podrían ayudarnos a crecer aún más. Pero el valor de ese RSE es mucho más intangible, dado que la motivación es ayudar personas en varios nichos comerciales e incentivarlas a hacer lo mismo. Eso ha generado grandes resultados y beneficios palpables e intangibles, como lo mencioné. La fase que nos encontramos ahora es la de seguir plantando esa semilla, pero también ya hemos cogido los laureles de este programa interno de RSE. Los principales desafíos también fueron los más edificantes, pues es justamente el inicio de explicar para esos beneficiarios las motivaciones de este y convencerlos a duplicar la idea. Los resultados han sido fantásticos, ya que hemos logrado el resultado que esperábamos.



Ricardo Gomes - Luiz Alberto - Leandro dos Santos - André Augusto

¿Cuál es el proyecto de RSE más importante que haya realizado su empresa?

Todos son importantes en escalas diferentes, invertir en personas que van a invertir en personas genera, como he mencionado líneas arriba, puertas abiertas, hace que el mercado gire y genera logro y riqueza. Otro con el mismo nivel de importancia, pero en otra escala, es confeccionar productos que no maltraten el medio ambiente y protejan a mi cliente. Me he preocupado en hacer un producto que no sea inflamable, por ejemplo, cuidando así de lo que es más precioso, la vida.

En caso de que no hayan adherido a programas de RSE, ¿hay expectativas de implementación? ¿Cuáles serían?

No solo adherimos como estamos en constante desarrollo para implementar mejoras y generar nuevos. En desarrollo está un producto que dará libertad a los pets dentro de casa, ya que un producto, no tóxico, está siendo estudiado para impermeabilizar los movéis de modo general para que ellos tengan movilidad y sus dueños se pongan tranquilos.

¿Cuál el punto de vista de la empresa sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

La sostenibilidad es esencial para cualquier empresa que quiera ser llevada en serio, que es nuestro caso. Nuestros productos ya tienen un modo sostenible con las alianzas que creamos y, de esa manera, los insumos empleados no serían agotados, más que eso, creo en la sostenibilidad a través de productos 100% orgánicos que hacen el mismo de los productos de hoy, con

bajo costo, biodegradable, reciclable y de alto aporte al medio ambiente de manera general. Aún es una promesa, pero palpable. Nuestros productos ya generan sustentabilidad criada, dando mayor durabilidad a telas, cueros, embozados y movéis que utilizan nuestros productos. Eso genera preservación ambiental y animal ya que nuestros clientes se van a quedar más tiempo con sus productos e incluso lo pasarán a sus hijos y nietos, reduciendo en mucho la necesidad de la adquisición predatoria.

¿Cómo su empresa aporta a la satisfacción de sus clientes internos, externos y proveedores?

La contribución es general, dado que nuestro producto es el mejor costo-benéfico del mercado, tenemos un enlace directo con el cliente



Gislaine de Souza

y viceversa, como nosotros somos también proveedores, todos sano prontamente atendido y cuando hablo de mejor costo benéfico, no estoy hablando precio y sí de valor agregado a donde somos imbatibles en ese apartado también.

¿Qué estrategias responsables su empresa realiza para alcanzar la satisfacción de sus stakeholders?

Conforme Freeman, el americano que inventó ese concepto, generamos varios valores a nuestro alrededor, incluso el financiero. El área de interés del cliente lo alcanzamos a través de nuestra verdad que generan todos los valores de forma responsable, a través de nuestros productos y servicios, somos una empresa comprometida con esa filosofía y no apenas con quienes están involucrados. Cumplimos lo que prometemos y hablamos lo que hacemos. Resumiendo, así generamos la satisfacción en nuestros stakeholders, creamos, entrenamos, desarrollamos capacidades, a través de política interna de valores definidos para ellos y las cumplimos cabalmente.

¿Qué tan importante es para la organización la ética y la Responsabilidad Social Corporativa?

Los valores esenciales de la organización son administrados con esos pilares de ética y RSC.

¿La empresa ha implementado un Programa de Compliance? ¿Cuáles son las principales directrices? ¿Y los principales desafíos?

Nuestro compliance es total, seguimos y obedecemos a las reglas y directrices regidas por el gobierno externo e interno, nos comprometemos con eso. Nuestras normas y reglas son cumplidas cabalmente por nuestro equipo y colaboradores.



MAIS QUE REABILITAR PESSOAS,
SOMOS APAIXONADOS POR REABILITAR
SORRISOS E TRANSFORMAR VIDAS!



ESPECIALIZADA EM REABILITAÇÃO NEUROLÓGICA FUNCIONAL, A REIKILIBRE FÍSIO CONTA COM UMA EQUIPE DE FISIOTERAPEUTAS, TERAPEUTAS OCUPACIONAIS, FONOAUDIÓLOGOS E PSICOPEDAGOGOS ALTAMENTE CAPACITADOS, PROPORCIONANDO QUALIDADE DE VIDA E INCLUSÃO SOCIAL. COM UM ATENDIMENTO HUMANIZADO, O CARINHO COM O OUTRO FAZ TODA DIFERENÇA NA HORA DE SUPERAR OS DESAFIOS.



OSVALDO ROCHA
DIRETOR ADMINISTRATIVO

KLEBER ARTHUR
DIRETOR ADMINISTRATIVO

DRª FERNANDA S. C. ROCHA
FISIOTERAPEUTA/DIRETORA/REAR. TÉCNICA

Reikilibre Físio

ESPAÇO PARA O CORPO E MENTE.

Unidade I Av. Das Hortências, 887 - Jd. Seixas - S. J. do Rio Preto/SP - CEP 15061-080 17 3021 8686

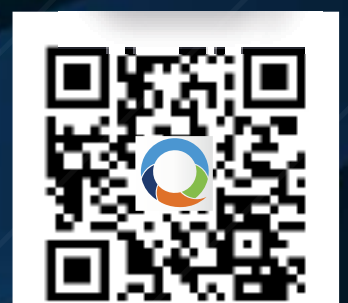
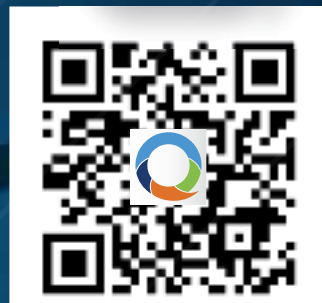
Unidade II Av. Dr. Fernando Costa, 829 - Jd. Maceno - S. J. do Rio Preto/SP - CEP 15061-000 17 3513 0294

[Instagram](https://www.instagram.com/reikilibrefisio) [Facebook](https://www.facebook.com/reikilibrefisio) /reikilibrefisio www.reikilibrefisio.com.br



LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG