



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

LIC. MARCUS NAKAGAWA

CUANDO LA REALIDAD QUE ALGUNOS AÚN INSISTEN EN NEGAR SE IMPONGA, SER SOSTENIBLE NO SERÁ MÁS QUE UNA OBLIGACIÓN

LIC. REINALDO CANTO

LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLE EN ACCIÓN CON LAS EMPRESAS

LICDA. ROCÍO M. COLLANTES G.

ESG Y LA BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD: ACCIONES QUE AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO ALVES

REPORTAJE ESPECIAL:

WORLD POST



ENTREVISTA ESPECIAL

DR. RONALDO VIEIRA DE ALMEIDA
LABORATÓRIO MARPESA

+12
PERFILES

EMPRESARIALES

WWW.LAOI.ORG



**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?**

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

WWW.RGMENTORES.ORG/CERTIFICACIONES



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

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

TELÉFONO: +34 9 341 545-0811
WHATSAPP: +34 9 341 542-1024
EMAIL: INFO@RGMENTORES.ORG
WWW.RGMENTORES.ORG

ÍNDICE

06

PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

9

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

10

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE
LIC. MARCUS NAKAGAWA

16

CUANDO LA REALIDAD QUE ALGUNOS AÚN INSISTEN EN NEGAR SE IMPONGA,
SER SOSTENIBLE NO SERÁ MÁS QUE UNA OBLIGACIÓN
LIC. REINALDO CANTO

19

LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLE EN ACCIÓN CON LAS EMPRESAS
LICDA. ROCÍO M. COLLANTES G.

25

ESG Y LA BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD: ACCIONES QUE
AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL
LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO ALVES

28

ENTREVISTA ESPECIAL:
LABORATÓRIO MARPESA

32

NOTA CENTRAL

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

41

REPORTAJE ESPECIAL:
WORLD POST

46

REPORTAJES:

47

BCYSA SERVICIOS INDUSTRIALES S.A. DE C.V.

52

INTRAMAR SHIPPING SAS - GRUPO INTRAMAR ANDINOS

57

LABCLINICS S.R.L

62

MEIJOR

66

ONNERA CONTRACT CARIBE

71

ABRITO CONSTRUÇÕES EIRELI

75

ALH CONSULTORIA E CORRETORA EM PLANOS DE SAÚDE LTDA

79

CÂMARA DE DEPUTADOS DA REPÚBLICA DOMINICANA

84

NIKKEN

89

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DO AMAZONAS

94

MARBRASA MÁRMORES E GRANITOS DO BRASIL AS

99

CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS 'RENAISSANCE'

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenidos al número 252 de nuestra Quality Magazine!

Siempre es un placer escribirte. En este número de junio destacamos un tema de gran valor para todos los sectores, pero en particular para el empresarial, la sustentabilidad. Con esto, traemos el eje temático "Contribución de las acciones ESG a una empresa sustentable". Sabemos que el tema involucra a todos los países miembros de LAQI y está totalmente ligado al Día Mundial del Medio Ambiente, que se celebra el 5 de este mes.

Queremos que nuestros #LAQInoamericanos estén siempre comprometidos, informados, capacitados y con información relevante a la mano para liderar el cambio. Así, deseamos, con este espacio, contribuir con contenidos de calidad para enriquecer la percepción sobre el tema.

Como sabemos, las acciones ESG están interconectadas y requieren prácticas concretas de nuestros líderes empresariales, particularmente para lograr la sostenibilidad. En este sentido, las directrices ESG se muestran como la sostenibilidad empresarial en sí misma, y no como una evolución o simplemente como un método. En este contexto, es fundamental conocer los principios del Pacto Mundial, que están totalmente relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En este sentido, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) es clara al afirmar que los ODS y las metas son integrados e indivisibles. Por lo tanto, todos los procesos deben estar guiados por la observación de la calidad, la responsabilidad, la ética y la excelencia y enfocados a la mejora continua.

También en esta edición nos referimos al Día Mundial del Medio Ambiente que, aunque se celebra el 5 de junio, convocó, a lo largo de este mes, a la reflexión y puso de relieve los peligros que afronta el planeta.

También perfilamos a 12 miembros de nuestra Organización que están muy comprometidos con el Modelo de Responsabilidad Total de LAQI. Es nuestro orgullo presentarlos a nuestra comunidad de miembros y ver su compromiso público.

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

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraterno,



Daniel Maximilian Da Costa
Fundador y CEO
Latin American Quality Institute



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

VICEPRESIDENTE EJECUTIVA

LIC. PAULA PONTES
paula@laqi.org

DIRECTOR GENERAL QUALITY MAGAZINE

jlcorrea@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI
thiago@laqi.org

MANAGER - LAQI MEMBERS

LIC. GLEICE SOUZA
gleice@laqi.org

MANAGER - LAQI MEMBERS

LIC. LARISSA PEREIRA
larissa@laqi.org

PERIODISTA

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO
lucas@laqi.org



Certificamos que

QUALITY MAGAZINE

es socio de la

SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA

[Handwritten signature]

SECRETARIO

[Handwritten signature]

PRESIDENTE



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

OBJETIVOS, DIRECCION Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

Latin American Quality Institute y Dirección Estratégica
presentan el programa internacional ODS-E (Objetivos,
Dirección y Sostenibilidad Empresarial)

TEMPORADA 1 CONTENIDO

MÓDULO 1

EP. 1 - FUTURO: VISIÓN Y
PROSPECCIÓN

EP. 2 - EL PODER DE LA
ESTRATEGIA.

EP. 3 - LA MAGIA DE LOS
RESULTADOS.

MÓDULO 2

EP. 4 - EL ARTE DEL
LIDERAZGO.

EP. 5 - NEUROCIENCIAS Y
COMUNICACIÓN.

EP. 6 - EL SECRETO DE LA
DELEGACIÓN.

MÓDULO 3

EP. 1 - CREATIVIDAD E
IMAGINACIÓN PARA DE LA
INNOVACIÓN.

EP. 2 - ATENCIÓN PLENA EN
EQUIPO, LA "SUERTE" DEL
CAMPEÓN.

EP. 3 - EXCELENCIA, LA MÁS
RENTABLE DISTINCIÓN.



¿POR QUÉ DEBERÍAS ASISTIR?

- Porque las empresas más ambiciosas aspiran dejar su huella en la historia y porque:
- Deseas elevar las metas y objetivos de tu compañía.
- Necesitas nuevas ideas para diseñar más estrategia innovadoras.
- Precisas seguir escalando y que todos se comprometan en el proceso.
- Has decidido convertir tus planes e ideas en acciones y resultados.
- Aspiras seguir generando rentabilidad y añadir la general prosperidad.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

DIRECCIÓN
ESTRATÉGICA
PARA LAS EMPRESAS, ORGANIZACIONES Y PRODUCTOS

For more info
Scan here!



M

S

G

**APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA
EMPRESA SOSTENIBLE**

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

El tema ESG se está insertando diariamente en las agendas de inversores, consejeros y CEOs de grandes empresas de todo el mundo. Tras la crisis pandémica mundial, muchas organizaciones han situado este tema como uno de los puntos principales en su gestión. Esta escalada viene de arriba hacia abajo para que todas las áreas de las empresas comiencen a insertar, medir y auditar estos nuevos indicadores. Pero ¿es todo este proceso realmente una novedad? En el caso de Brasil, no. Este movimiento ha estado avanzando con altibajos desde la década de 1990.

A fines de la década de 1990 y principios de la década de 2000, las empresas en Brasil estaban en un desarrollo creciente para la Responsabilidad Social Corporativa. Organizaciones como el Instituto Ethos, Akatu, IDIS y CEBDS, entre otras, realizaban sus

conferencias, sus grupos de trabajo y sus proyectos para difundir el tema. El objetivo principal fue movilizar a las empresas y comprender la importancia de pensar más allá de los indicadores financieros, pero también sobre indicadores con los temas de gobernanza, inversión social privada, relación con la comunidad, ética, gestión de stakeholders y varios otros.

Todos estos índices están incluidos en los Indicadores Ethos para Negocios Sostenibles y Responsables, que ya tienen una mayor integración con las directrices de informes de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), con la Norma de Responsabilidad Social ABNT, NBR, ISO26000, SASB, CDP y otras iniciativas relacionadas con la transparencia y la medición del desarrollo sostenible corporativo.



En 2005, nace también, como una iniciativa pionera en Latinoamérica, el Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE), de la antigua Bovespa (hoy, B3). Dicha herramienta realiza un análisis comparativo, a través de sus siete dimensiones, de empresas listadas en bolsa de valores, con miras hacia la sostenibilidad corporativa.

En el Foro Económico Mundial 2020, el fundador y CEO del evento, Klaus Schwab, dijo que la pandemia dejó en claro la falta de sostenibilidad del antiguo sistema en términos de cohesión social, falta de oportunidades e inclusión.

Esto refuerza la certeza de que la misión empresarial va más allá de las cuestiones financieras y también está vinculada a sus impactos en el medio ambiente, lo social y la forma de su gobernanza, es decir, las siglas de tres letras que forman ASG (Ambienta, Social y Gobernanza) —o ESG (Environmental, Social & Governance), en inglés.

En el sector financiero, estas tres letras son la traducción a la sostenibilidad corporativa, como BlackRock, la mayor empresa gestora de activos del mundo, que ha definido un plan de acción desde principios de 2020 para hacer de la sostenibilidad un componente clave de sus inversiones. Y en su Encuesta Global de Inversión Sostenible, mostró que el 54% de los encuestados considera que la inversión sostenible es fundamental para los procesos y resultados de las inversiones. Los participantes planean duplicar sus activos sostenibles bajo gestión en los próximos cinco años.

Por otro lado, el 75% afirma estar integrando o considerando integrar los criterios ESG en sus decisiones de inversión.

Otro acrónimo que se ha colocado en todos los ámbitos —empresa, gobierno y sociedad— es el ODS, para quien no lo sepa, son los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, que tienen 169 metas. En 2015, los 193 Estados Miembros de la ONU se reunieron y definieron cuáles eran los mayores problemas y desafíos del mundo. Los ODS incluyen no solo objetivos ambientales, sino que la mayoría de las personas asocian la sostenibilidad con el medio ambiente. También entran en juego las cuestiones sociales, económicas y de asociación. Por ejemplo, los ODS número 8 están vinculados al trabajo decente y el crecimiento económico y el número 9 a la industria, la innovación y la infraestructura. Y para cada ODS, se hace un recorte con sus metas y desarrollo.

Las dos siglas —ODS y ESG— son lo que todos los inversores, empresarios, emprendedores y ejecutivos deben pensar todo el tiempo. Sabemos que la visión financiera y la búsqueda de ganancias y crecimiento eterno es lo que domina el pensamiento lineal y cartesiano tradicional. Pero en un mundo de industria 4.0, impresión de casas 3D, inteligencia artificial, exoesqueletos, autos voladores, drones de reparto etc., también tenemos que innovar y ampliar la forma simplista de pensar. ¿De repente, pensar en 4D?

Muchos piensan que los ODS son solo para temas gubernamentales o co-



lectivos, pero varias empresas también están en el proceso de lograr estos objetivos a través de sus productos, servicios, procesos, proyectos y actividades. Estas empresas entendieron que en este nuevo proceso de ganar-ganar, cuando se toma una acción para mejorar el objetivo del desarrollo sostenible, todos ganan. En el Foro Económico Mundial llamaron a este pensamiento la economía de las partes interesadas, es decir, que las empresas deben trabajar no solo para obtener el beneficio del accionista y satisfacer las demandas de los clientes y consumidores, sino también para entregar valor a otras partes interesadas, como proveedores, empleados, la comunidad en el área circundante, el gobierno, la sociedad, entre otros.

Para presentar las actividades relacionadas a los criterios ESG en las organizaciones, en la encuesta AMCHAM 2021, con 178 líderes empresariales en Brasil, el 95% de los encuestados de-

claró que sus empresas tienen compromiso con el ESG, y el 37% de ellos tienen un compromiso en la planificación activa y están mapeando los puntos a desarrollar; El 31% dice que ya tiene un compromiso integral e integrado con el negocio, poniendo la sostenibilidad en la gestión estratégica; El 26% ha estado construyendo este compromiso mediante la adopción de prácticas para minimizar sus impactos sociales y ambientales. Y el 89% de los entrevistados dijo que ya tiene algún nivel de inversión dirigido a este objetivo.

Y el crecimiento del interés en el tema no es solo de las gigantescas empresas o inversores, sino también de las startups. Según ACE Cortex, área de innovación de ACE Startups, ya hay más de 340 startups dedicadas al medio ambiente, temas sociales o mejoras de gobernanza en las grandes empresas. Es decir, el desarrollo de un mercado de productos y servicios mejorando para satisfacer las de-

mandas específicas de cada uno de los indicadores ESG de las empresas.

Pero para tener incorporados los ESG, no se trata solo de contratar a una de estas startups o poner en política y planificación anual. Es necesario implementar toda una planificación estratégica hasta que llegue efectivamente a las acciones e indicadores de resultados. Para empezar, es necesario hacer toda la relación entre la misión, visión y valores de la empresa con la aspiración de ser una empresa sostenible, perenne, continua, que no quiera «morir». Luego, verificar con los stakeholders la materialidad de los temas relacionados con el ESG. Con esto, definir objetivos, metas, acciones, supervisión y verificación. Leer así suena simple, pero ¿estas acciones contribuyen efectivamente a la gestión de la empresa? Para que quede más claro, veamos algunos ejemplos de acciones ESG:

- La mitigación de carbono a través de energías renovables puede ser una gran inversión en mediano plazo para garantizar la seguridad energética de la producción de la empresa, y si el país no cuenta con un plan de crecimiento energético las tarifas solo aumentarán. Fuera de eso en algunos lugares, dependiendo del tipo de energía, puede ser un costo muchas veces menor en el corto plazo. Las grandes empresas de producción en masa están invirtiendo en este tipo de acciones.

- La reutilización del agua en el proceso productivo puede ser un modelo para no depender del suministro de terceros, para procesos productivos que requieran agua, o para asegurar el tratamiento del agua. En una empresa farmacéutica, ya existen proyectos para el uso de agua de

lluvia tratada para la fabricación de medicamentos, internalizando el costo del tratamiento de la planta que eran terceros.

- Diseño sostenible y circular de productos con enfoque en biomimesis. Comienza a diseñar un producto basado en biomimesis, que es un proceso de uso de la inspiración en la naturaleza, para que sea reutilizado o no desechable. Es decir, que pueda tener muchos, muchos reciclajes o que se convierta en otro producto en el futuro. Las compañías de bebidas están regresando con este proceso con botellas retornables.

- La educación para el consumo consciente puede ser una gran acción para hacer que tus consumidores sean más conscientes de los problemas sociales y ambientales de la empresa, haciendo que acaben eligiendo empresas que estén a la vanguardia de estos temas. Ser un diferencial competitivo que puede tener un diferencial incluso en el precio del producto o servicio. Las empresas con diferenciales de sostenibilidad, como las empresas que cotizan en el ISE de B3, siempre tienen acciones de comunicación y compromiso para la sostenibilidad.

- La diversidad en la empresa es uno de los temas de mayor repercusión en la actualidad. Este tema incluso genera un área específica dentro del organigrama en algunas empresas. Y es fundamental para la justicia social y está de acuerdo con todos los movimientos que definden la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Además de generar un pensamiento, una mirada diversa, una experiencia diversa en la empresa, con más posibilidades de innovación, cre-

acción, desarrollo de nuevos proyectos, productos y servicios. Las empresas que tienen una audiencia de consumo específica en cierta diversidad están trabajando fuertemente con el tema.

- La inversión social y la relación con la comunidad es fundamental para la reputación, la imagen, la captación de nuevos empleados, la generación de compromiso de los empleados, además de un retorno efectivo para los grupos de interés que están fuera del proceso de la empresa. Las empresas que tienen un gran impacto en el medio ambiente y la sociedad, como las empresas mineras, terminan utilizando mucho esta acción.

- La gobernanza de la sostenibilidad es fundamental en la empresa, ya que se hace necesario dejar muy claro y transparente quiénes son los responsables, cuáles son las metas, disponibilidades y similares. Generalmente, dicha gobernanza comienza en las juntas y se extiende al público final. Este tipo de acción siempre está ligada a la gobernanza general de la empresa.

Estas son algunas acciones que comienzan, a veces puntuales en la empresa, y terminan convirtiéndose en proyectos, programas e incluso estrategia de la empresa. En teoría, debería ser al revés, pero sabemos que en la "vida real" esto sucede. Hay cientos de acciones que se pueden encontrar en los diversos índices e indicadores ya mencionados anteriormente. Estas fueron algunas acciones que las personas recuerdan hoy en día cuando mencionamos los ESG. Pero es muy importante que podamos ampliar este repertorio de indicadores y acciones.

Lo más importante es que se inicie la discusión en la empresa, que comiencen las acciones puntuales, que se creen comités ESG, porque los que no empezaron llegan tarde a este movimiento que llegó para quedarse. Esta es la nueva forma de gestionar las empresas y la nueva «mirada» hacia el mundo. Estamos saliendo de una mirada únicamente financiera hacia el negocio y expandiéndonos a una mirada también ambiental, social y de gobernanza.

Referencias:

<https://diasmaissustentaveis.com>
<http://iseb3.com.br>
<https://www.ethos.org.br>
<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>
<https://www.amcham.com.br>
<https://www.blackrock.com>



LIC. MARCUS NAKAGAWA



Cidadania Portuguesa

ESPECIALIZADA EM CIDADANIA EUROPEIA

- Portuguesa
- Italiana
- Lituana
- Alemã
- Espanhola
- Letônia
- Croácia
- Polonesa

Somos uma empresa referência na área de assessoria internacional imigratória. Desde 2008 transformando sonhos em realidade, juntos com você do começo até a obtenção da cidadania europeia.

Nossa missão é prestar um serviço com atendimento de excelência, seriedade, transparência, competência e personalizado, mantendo sempre a ética.

Nossos escritórios estão localizados em Portugal, Itália e Brasil com representação nos demais países em que atuamos.

Acredite! Sim, é possível!

CIDADANIAEUROPAEVOCE

Siga-nos em nossas redes sociais



@ contato.debora@europaevoce.com

+ 55 11 98324-0541

+ 351 912 121 842



CUANDO LA REALIDAD QUE ALGUNOS AÚN INSISTEN EN NEGAR SE IMPONGA, SER SOSTENIBLE NO SERÁ MÁS QUE UNA OBLIGACIÓN

¡Disfrútalo antes de que se termine! Este podría ser el eslogan para estimular a aquellos que todavía tienen dudas sobre las ventajas de adoptar la sostenibilidad como un beneficio constante para los negocios. Es verdad que no en todos los casos las ventajas son instantáneas, pero en el ámbito de la energía y, especialmente, la solar, no hay razón para no buscar esta fuente como una opción de energía con bajo impacto ambiental (limpia y renovable), fácil instalación y, casi siempre, presentando una importante reducción de los costos financieros. Porque además de estos factores ya suficientes para una decisión de mercado, ¿qué tal si todavía es posible obtener ganancias en reconocimiento, imagen e incluso premios?

Puedo destacar dos proyectos relacionados con la energía solar que tuvieron resultados muy gratificantes para los emprendedores que decidieron adoptarla:

Título de Ciudadano

Hace unos 12 años, el empresario Francisco Edival Gonçalves Freires decidió abrir el Hotel Tropical para aprovechar la vocación del turismo de negocios en su ciudad, Nova Andradina, en Mato Grosso do Sul, Brasil (a cerca de 300 km de la capital Campo Grande). Rápidamente, Edival se dio cuenta de que el calor local sería un factor de gran consumo energético de sus aproximadamente 500 huéspedes

mensuales en el uso del aire acondicionado en sus 26 habitaciones, sin mencionar otros consumos cotidianos como minibar, ducha eléctrica, electrodomésticos e iluminación.

Una factura energética de casi tres mil reales cada mes fue un factor clave para que el empresario pensara en la solución solar para el hotel. El sol que no falta en esta región del Centro Oeste es un argumento más que incuestionable: «Cuando empecé el negocio, ya lo había pensado, pero era muy caro», explica Edival. La constante baja en los precios de la energía solar le convenció sobre la viabilidad de la inversión.

Un proyecto de la empresa NeoSolar para la instalación de 97 paneles solares, acompañado de una atractiva línea de crédito del FCO (Fondo Financiero del Centro-Oeste) de Banco do Brasil hizo realidad la generación de 3700 kWh que el hotel consumía mensualmente. Lo mejor, no había necesidad de desembolsar capital, porque con la cantidad ahorrada era posible pagar la cuota. «Algunos piensan que es un negocio complicado, pero con una instalación de buena calidad, bien hecha, los resultados son inmediatos», concluye el dueño del hotel.

Bueno, esto por sí solo ya sería suficiente para la satisfacción del empresario, pero gracias a que fue el primero en utilizar la energía solar en la industria

hotelera de la ciudad, Edival se convirtió en una referencia, incluso para las escuelas y estudiantes de la región que, de vez en cuando, realizan visitas monitoreadas al hotel. Y no solo eso, el emprendimiento aún le ha llevado a recibir un homenaje de la Municipalidad de Nova Andradina. Premio y reconocimiento

Otro ejemplo interesante es el de Luiz Claudio Dutra, propietario de Bavep Barretos, concesionaria de General Motors desde hace 46 años, en la ciudad de Barretos, en el interior de São Paulo. Ante una factura energética que oscilaba entre los cinco y los siete mil reales mensuales y un consumo cercano a los 9000 Kwh, la opción por el diseño solar no fue difícil. «Hicimos la instalación en septiembre de 2017 y nuestra cuenta ya ha bajado un aproximado de 200 reales por mes», afirma.

Doscientos sesenta placas interconectadas garantizan el suministro de la concesionaria, que vende en promedio 100 vehículos nuevos y 60 usados cada mes. El financiamiento, según el empresario, no tuvo ventajas adicionales porque contempla la instalación de energía limpia y renovable. Aun así, se le pagará en 48 meses.

Para el concesionario de vehículos, una buena oferta que, además de la cuestión puramente financiera, aún cosechó frutos al ser galardonado con el premio a la sostenibilidad otorgado por la automotriz

General Motors por el proyecto Sistema de microgeneración distribuida de energía fotovoltaica.

Que sirvan de ejemplo para nuevas iniciativas sostenibles del sector privado para poder sacar a otras empresas de la falsa sensación de confort, ya que los costos, entre otros, de energía, agua y materias primas solo tienden a crecer. Esto sin mencionar la necesidad urgente de combatir el cambio climático y el calentamiento global. ¡El desarrollo sostenible es la única manera posible de que sigamos habitando este planeta!

*Periodista especializado en sostenibilidad y director de proyectos especiales de Envolverde



LIC. REINALDO CANTO



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

1

de cada 750 bebés
nacidos tiene
síndrome
de Down



Colectivo **21**
Perú

¿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 ciertas características físicas 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 viabilidad como parte de la sociedad.

En el Perú hay cerca de
30.000 personas con
síndrome de Down



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.



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.

LOS ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLE EN ACCIÓN CON LAS EMPRESAS

Según la Secretaría del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente sustenta, «se consideran estilos de vida sostenibles aquellas formas de vida, elecciones y comportamientos sociales que minimizan su impacto al medio ambiente (uso de recursos naturales, emisiones de CO₂, residuos y contaminación), y favorecen un desarrollo socioeconómico equitativo y una mejor calidad de vida para todos».

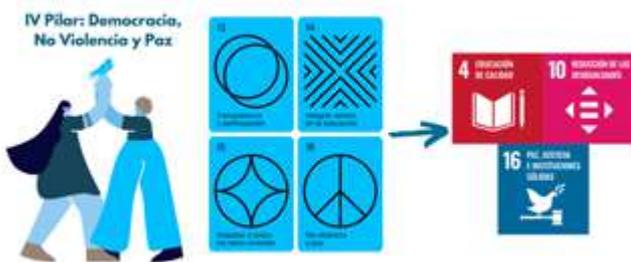
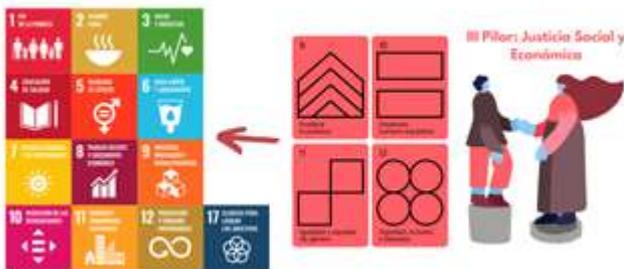
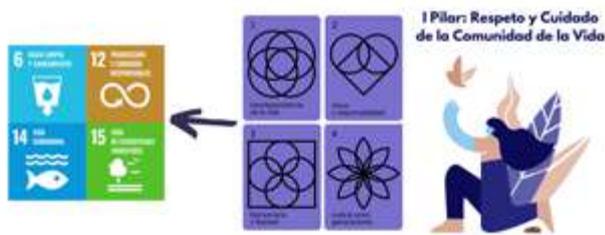
En noviembre 2014 el PNUMA crea el Programa de Estilos de Vida Sostenibles y Educación del Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles (10YFP) con el objetivo de Integrar principios y prácticas de estilos de vida sostenibles en todos los sectores de la sociedad y Desarrollar herramientas e incentivos y proporcionar capacitación para lograr estilos de vida sostenibles y para la difusión de buenas prácticas.

El Marco Decenal de Programas sobre consumo y producción sostenibles es un marco global concebido para mejorar

la cooperación internacional con vistas a acelerar el cambio hacia modalidades de consumo y producción sostenibles (CPS) tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. El marco fomenta la implementación de políticas e iniciativas regionales y nacionales, así como el desarrollo de capacidades para la incorporación de la perspectiva de CPS en las políticas de desarrollo sostenible; facilita el acceso a asistencia financiera y técnica para los países en desarrollo; y sirve como plataforma de información y conocimiento en CPS para que todas las partes interesadas puedan compartir herramientas, iniciativas y buenas prácticas.

El PNUMA en su punto de vista sobre las Políticas, Infraestructuras y Estrategias e Negocio Eficaces para Los Estilos De Vida Sostenibles menciona que el diseño e implementación de instrumentos económicos, infraestructuras, estrategias empresariales y políticas eficaces es esencial en la creación de condiciones propicias para adoptar estilos de vida sostenibles y se necesitan equipos e infraestructuras físicas propicias para que las personas y las comunidades puedan adoptar soluciones de estilos de vida sostenibles. (Programa de Estilos de Vida Sostenibles y Educación del Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles (10YFP), 2014).





Foro Económico Mundial de 1999, donde convocó a los líderes empresariales para aliarse con la Organización de las Naciones Unidas para crear un impacto global en cuestión de valores y principios compartidos. Se invitó así a que las empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones a diez principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción (Empresas Sostenibles - Sumarse-Pacto Global Panamá, 2020).

En el Principio 7 – Estilos de Vidas Sostenible: Adoptar patrones de producción, consumo y reproducción que salvaguarden las capacidades regenerativas de la Tierra, los derechos humanos y el bienestar comunitario del II Pilar Integridad Ecológica del documento Carta de la Tierra, nos llama a la acción a poner en práctica en nuestra vida laboral empresarial:

1. Reducir, reutilizar y reciclar los materiales usados en los sistemas de producción y consumo y asegurar que los desechos residuales puedan ser asimilados por los sistemas ecológicos.
2. Actuar con moderación y eficiencia al utilizar energía y tratar de depender cada vez más de los recursos de energía renovables, tales como la solar y eólica.

3. Promover el desarrollo, la adopción y la transferencia equitativa de tecnologías ambientalmente sanas.

4. Internalizar los costos ambientales y sociales totales de bienes y servicios en su precio de venta y posibilitar que los consumidores puedan identificar productos que cumplan con las más altas normas sociales y ambientales.

En la Guía de Empresas Sostenibles de la SISTEMATIZACIÓN METODOLOGÍA DE SUMARSE-PACTO GLOBAL PANAMÁ Mesa de Desarrollo de Estrategia de RSE (DERSE) 2015-2020, sustenta que el Pacto Global de las Naciones Unidas nace en el año 2000, ante el llamado del entonces Secretario General Koffi Annan en el

5. Asegurar el acceso universal al cuidado de la salud que fomente la salud reproductiva y la reproducción responsable.

6. Adoptar formas de vida que pongan énfasis en la calidad de vida y en la suficiencia material en un mundo finito (Carta de la Tierra Internacional, 2000)

La Carta de la Tierra es un documento con 16 principios que impulsan un movimiento global hacia un mundo más justo, sostenible y pacífico. Firmado en el Palacio de la Paz en La Haya, Reino de los Países Bajos el 29 de junio de 2000, en que necesitaban un documento que mencionara sobre la Justicia Social y la Protección del Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible. La Carta de la Tierra está reconocida mediante la Resolución de Actas de la Conferencia General 32 C/17°, Reunión en París, Francia del 29 de septiembre al 17 de octubre de 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Cien-

cia y la Cultura (UNESCO). Además, la Resolución 40C/80 Contribución de la Carta de la Tierra a las Actividades de la UNESCO relativas a la Educación para el Desarrollo Sostenible del 6 de noviembre de 2019, motiva y reconoce a los Estados Miembros de la ONU a usar la Carta de la Tierra como un marco ético importante en los procesos de Educación para la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El 05 de abril de 2022, el Pacto Mundial de Naciones Unidas lanza una nueva herramienta para la gestión de la gobernanza bajo criterios ESG. El objetivo es ayudar a las empresas a mejorar su desempeño ESG a la vez que se promueve el fortalecimiento de las instituciones públicas, las leyes y los sistemas públicos, en línea con el ODS 16. Bajo el nombre de «Marco empresarial del ODS 16: Inspirando una gobernanza transformadora», este nuevo recurso de la iniciativa líder en sostenibilidad empresarial ayudará a las empresas a





El valor del compromiso ambiental

adoptar una gobernanza transformadora. Es decir, una filosofía basada en principios que insta a las empresas a reforzar la rendición de cuentas, a ser éticas, inclusivas y transparentes. Todo ello con el fin de ayudarles a mejorar su desempeño ESG a la vez que se promueve el fortalecimiento de las instituciones públicas, las leyes y los sistemas públicos en línea con el ODS 16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas (Pacto Mundial Red Española, 2022).

Con el creciente solapamiento y la urgencia en cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), la gobernanza transformadora es un prisma a través del cual las empresas pueden ampliar su comprensión de la «G» do ESG. Demuestra cómo pueden

las empresas evaluar y aplicar el ODS 16 a través de tres dimensiones interrelacionadas:

1. Gobernanza convencional: ampliación del concepto tradicional de gobernanza corporativa para incluir la supervisión del consejo y la dirección, los valores y la cultura, las estrategias, las políticas, las operaciones y las relaciones.
2. Gobernanza sostenible: fortalecimiento de la gobernanza con respecto a la gestión de los riesgos y oportunidades ambientales y sociales.
3. Gobernanza mundial: inspirar a las empresas para que contribuyan de manera responsable a las institucio-

nes públicas, las leyes y los sistemas en el plano internacional, nacional y municipal.

Se alienta a las empresas a participar de manera integral en todo este espectro de gobernanza transformadora, yendo más allá del cumplimiento para convertirse en paladines de los principios de paz, justicia e instituciones sólidas (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2022).

Referencias

Carta de la Tierra Internacional. (29 de Junio de 2000). II Pilar Integridad Ecológica. Obtenido de Principio 7 - Estilos de Vida Sostenible: <https://cartadela tierra.org/lea-la-carta-de-la-tierra/integridad-ecologica/>

Pacto Global, R. (2020). Empresas Sostenibles - Sumarse-Pacto Global Panamá. Panamá: Onegona S.A.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (05 de Abril de 2022). Marco Empresarial del ODS 16. Obtenido de Inspirar la Gobernanza Transformadora: <https://sdg16.unglobalcompact.org/es-es/definition-and-purpose/>

Pacto Mundial Red Española. (05 de Abril de 2022). El Pacto Mundial de Naciones Unidas lanza una nueva herramienta para la gestión de la gobernanza bajo criterios ESG. Obtenido de

Pacto Mundial Red Española: <https://www.pactomundial.org/noticia/nueva-herramienta-para-la-gestion-de-la-gobernanza/>

Programa de las Naciones Unidas, p. (2014). Programa de Estilos de Vida Sostenibles y Educación del Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles (10YFP). Estocolmo, Suecia: Secretariat UNEP.



LICDA. ROCÍO M. COLLANTES G.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

¿Por qué debemos vacunarnos contra el COVID-19?



VIDEO: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE

CLICK



WWW.LAQI.ORG

ESG Y LA BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD: ACCIONES QUE AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL

Crece, cada día, la conciencia de «más allá de la adquisición del producto», ya que los intereses también implican menos costos, indicadores de solidez y mejor reputación.

Por: Lucas William Machado Alves

Cuando hablamos de sostenibilidad, inicialmente gana protagonismo una de las definiciones más clásicas de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que es «satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas». Sin embargo, se sabe que los temas de sostenibilidad, aún más relacionados con el mundo empresarial, van más allá de los conceptos y requieren acciones prácticas.

Para ello, algunas herramientas y recursos ayudan en este camino, que son las acciones ESG —acrónimo de Environmental, Social and Governance— que corresponden a las prácticas ambientales, sociales y de gobernanza de una corporación. Totalmente conectada a ello, está la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con sus inseparables metas.

En este contexto, cabe destacar que, en base a las declaraciones de la ONU, la actuación según los criterios ESG trae una serie de beneficios, ya que aumenta la competitividad del sector empresarial, independientemente de si el mercado es interno o externo. Y esto llega a los stakeholders, que están cada vez más atentos a los indicadores de solidez, menores costos y mejor reputación. Es decir, dicha conciencia va más allá de

la adquisición de un producto, sino que apunta a la sostenibilidad en todos los procesos.

El Pacto Global es enfático al afirmar que ESG no es más que la misma sostenibilidad empresarial. Así, la organización que cumple con este tipo de iniciativas está segura de sus impactos negativos y positivos en la sociedad, y, a partir de esta conciencia, logra actuar sobre ellos.

En vista de esto, el líder empresarial y toda la corporación —cada uno con sus responsabilidades, pero actuando juntos— deben revisar constantemente los caminos por los cuales llegan a una organización sostenible. Aunque se trate de una aplicación cautelosa, ya que requiere esfuerzos mutuos y diversos, esas prácticas son esenciales para la toma de decisiones.

Por lo tanto, el análisis debe considerar el conjunto de principios, que involucran los derechos humanos, con el respeto y apoyo a los derechos internacionalmente reconocidos en su área de influencia, y la no participación de la empresa en violaciones de dichos derechos.

En el ámbito del trabajo, es necesario apoyar la libertad de filiación y recono-

cer el derecho a negociaciones colectivas, eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, erradicar todas las formas de trabajo infantil de la cadena productiva y estimular prácticas que eliminen cualquier tipo de discriminación en el trabajo. Estar atentos, además, al combate a la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno, que forman parte de esta relación.

Y el contexto ambiental, que no es diferente a los demás, debe centrar atención y esfuerzos conjuntos, dado que las acciones ocurren en los detalles. Para ello, es necesario asumir prácticas que adopten un enfoque preventivo, responsable y proactivo ante los desafíos ambientales, desarrollar iniciativas prácticas para promover y difundir la responsabilidad socioambiental y fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientalmente responsables.

En este ámbito, las temáticas ambientales se convierten en algo más que un llamado al mundo de los negocios para iniciativas de sostenibilidad. Una de ellas, que gana protagonismo, es la economía circular, cuando se reduce la extracción de materiales, aumentando el ciclo de vida del producto. Dicha práctica puede ser positiva, incluso para la generación de empleos a través del reciclaje. Según la Organización Internacional del Trabajo, en Latinoamérica y el Caribe, se espera que más de 10 millones de nuevos empleos se beneficien de esta transición. Una vez más la concientización gana protagonismo, sobre todo porque estas iniciativas demandan inversiones y cambios.

Aún ligada a la economía circular y a las acciones ESG en la búsqueda de empresas por la sostenibilidad, está la clasificación de las formas de contaminación. Esto incluye la contaminación plástica, que está en una creciente. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el plástico en los ecosistemas acuáticos ha aumentado considerablemente y se espera que se duplique para el 2030.

Otra realidad de la contaminación que llama la atención es la de los residuos electrónicos. La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO) muestra que solo el 3% de este material se elimina correctamente. Por otro lado, el 97% de los residuos, con materiales que podrían ser recuperados, no cuentan con monitoreo.

En base a ello, son más urgentes las iniciativas que correspondan al uso de nuevos procesos productivos, que utilicen energías renovables, hidrógeno verde, biocombustibles y control de gestión, se vuelven más que urgentes, por lo que son imprescindibles las acciones ESG para una labor coordinada en todas las cadenas de valor y la búsqueda de la sostenibilidad.

Lucas William Machado Alves es periodista y editor de la Revista Quality Magazine, de Latin American Quality Institute (LAQI)

Referencias

<https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg>
<https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa>
<https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>



Invoice Laguna

DESPACHO CONTABLE Y FISCAL

CREACIÓN DE
NEGOCIOS



SERVICIOS DE
CONTABILIDAD

SERVICIOS DE
NÓMINA



DEFENSORÍA LEGAL



Buenos Aires #200
Col. Nuevo San Isidro
Torreón, Coahuila



(871)747 97 48, (871)747 91 79
y (871)747 97 53
CDMX (01 55) 4744 4834



Invoice
Laguna

LABORATÓRIO MARPESA



ENTREVISTA ESPECIAL

LABORATÓRIO MARPESA DE PRODUTOS DE BELEZA E HIGIENE LTDA

Empresa ubicada en Río de Janeiro involucra conocimiento, calidad, excelencia y sostenibilidad en acciones y servicio

Una empresa que activa el emprendedurismo, operando en sistema private label hace 40 años. Se trata del Laboratorio Marpesa, que inició sus actividades a través de los estudios realizados por el ingeniero agrónomo Dr. Ronaldo Vieira de Almeida, actual director ejecutivo, de cosmetología fina a base de productos naturales. Como Profesor Adjunto de la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (UFRRJ), especializado en Tecnología de Extracción Natural y desarrollo de fórmulas biocosméticas con propiedades dermatológicas, cosméticas y cosmetológicas, comparte sus conocimientos utilizando productos naturales, de excelente calidad, adquiridos en la propia universidad.

El laboratorio está ubicado en la ciudad de Mesquita, en Río de Janeiro, en un área de 300 m², en un edificio de cinco pisos, en un área construida de 1.048,00 m². En 2009, la empresa prestó especial atención al sector fitocosmético con investigación y selección de productos homeopáticos, talleres con experiencias médicas relacionadas con problemas capilares, cirugías dermatológicas, plásticas, musculares y alérgicas, además de una receta, realizada para solucionar, comprobadamente, problemas cosméticos.

Marpesa también cuenta con una vasta base de datos de trabajos extranjeros

en el sector, así como investigaciones lideradas por el Dr. Ronaldo Vieira, con varios trabajos técnicos publicados con el fin de obtener de la naturaleza lo que se ha demostrado que actúa sobre los tejidos, la piel y los pelos.

Al comienzo del trabajo, ninguna empresa brasileña operaba en este segmento y pocas producían con objetivo artesanal/natural. Así, Laboratorio Marpesa ha unido lo fino de la Cosmetología a la cosmética natural de calidad incomparable. Dr. Ronaldo Vieira comenta que las dificultades que implica abrir una empresa son diversas, operativa y burocráticamente. También señala que cada década la tecnología ha evolucionado, obligando a actualizaciones frecuentes, que interactuaron con la innovación y la capacitación, generando una mayor productividad, insertando recursos y beneficiando la prospección de nuevos clientes.

Una mirada hacia los objetivos de Desarrollo Sostenible

Dr. Ronaldo Vieira señala que el Laboratorio Marpesa tiene una visión objetiva de la necesidad de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en los que cada empresa pueda practicar lo mejor de su segmento, aportando beneficios, economía y sostenibilidad al sector industrial. También destaca que, en este

ámbito, los ODS representan negocios más responsables y eficientes, prácticas industriales menos agresivas con el medio ambiente y uso de los recursos naturales, así como un aporte al bienestar general, salud y calidad de vida en el planeta, acciones que no pueden estar fuera de la organización.

En vista de esto, la empresa organiza métodos y acciones para la preservación y conservación del medio ambiente, practicando políticas de biodiversidad y adquiriendo insumos naturales de uso sostenible para los productos, con lo que el Dr. Ronaldo Vieira afirma que el laboratorio pone en marcha iniciativas relacionadas con los ODS y vinculadas a la salud y el bienestar, el agua limpia y las infraestructuras, destacando también el trípode ESG: «La responsabilidad ambiental, social y de gobierno corporativo representa la conciencia de nuestra empresa, que busca reducir los impactos negativos de sus operaciones en el medio ambiente, además de las prácticas administrativas competentes».

En el campo de la Responsabilidad Social Corporativa, el director ejecutivo destaca el proyecto de biodiversidad, trabajando en comunidades quilombolas, donde se compran y fomentan las plantaciones de Aloe Vera, Melaleuca y varios extractos naturales, como bambú, jaca, romero y lavanda.

Con un seguimiento continuo de los gerentes, que calculan el grado de implicación con las actividades realizadas, la empresa está atenta a las necesidades de los empleados, esti-

mulándolos en sus tareas. «De esta manera, es posible promover un ambiente acogedor y empático que priorice el bienestar, la apreciación y las oportunidades de crecimiento. Es fundamental tener una fuerte cultura de compromiso», refuerza.

La seguridad de los datos y la ética hacia cada cliente son parte de las iniciativas implementadas en el laboratorio, así como el sistema de Compliance, que realiza el control de calidad de productos y servicios. En esa línea, los pilares más importantes de este programa son detectar, corregir y prevenir, en lo que la institución debe invertir la mayor parte de sus recursos.

Con un monitoreo cada vez más cercano de los stakeholders, la compañía enfatiza las reuniones que a menudo se organizan para analizar los comentarios. Con este fin, se presta gran cuidado y atención al intercambio de información relevante, la formalización de conversaciones importantes, la alineación de detalles y la dedicación de tiempo para construir buenas relaciones. A esto, el Dr. Ronaldo agrega la importancia de apreciar la buena reputación corporativa. «Se trata de un impacto fundamental para cualquier empresa que quiera mantener su competitividad en el mercado, abarcando un conjunto de factores que superan la imagen de la organización, que se traduce por la percepción de los stakeholders al respecto», señala.

Por ello, se refuerza el acercamiento con el público, sobre todo a través del equipo de prospección y marke-

ting, que se vuelca, de forma dirigida, a cada cliente, para que se ofrezca un producto con activos y apariencia que cumpla con las expectativas. «También utilizamos plataformas digitales para fortalecer los prospectos y mantener a los clientes», explica.

Una historia ligada a la calidad

A lo largo de las décadas de funcionamiento, el Laboratorio Marpesa ha recibido reconocimientos que dan fe de la excelencia y la calidad respecto a sus productos, atención al cliente y servicios, como:

> 2006 - OPB - Ordem dos Parlamentares do Brasil - Entidad instituida el 29/11/1976 de conformidad con la ley federal N° 6.015 e inscrita bajo el N° 6.826 en la 4ª Oficina de Registro de São Paulo - Capital e inscrita en el CNPJ - MF, con la N° 47.828.280/0001-94, publicada en el boletín oficial, página 3, del 28 de diciembre de 1976, en sesión plenaria del Consejo Supremo de Honores y Méritos de Cumplimien-

to de la resolución unánime forma de sus estatutos de título cuarto, capítulo 1, artículos 52 y 53 por los que expidió el título de «Miembro del Consejo Federal» 15/07/2006.

> 2014 - Sociedade Brasileira de Educação e Integração - Por los servicios relevantes prestados a la sociedad por su civismo y alto concepto moral, el Sr. Ronaldo Vieira de Almeida es admitido en la Orden del Mérito de la Educación y la Integración en el grado de Comendador. Ciudad de São Paulo, el 8 de mayo de 2014.

> 2017 - Soberana Ordem Dom Pedro I - El Presidente de Soberana Ordem Dom Pedro I, entidad de Ámbito Internacional de Combate Científico, Educativo, Filantrópico, Honorífico y Social cumpliendo con lo establecido en los artículos No. 114 y 119 del diploma legal, inscrita como personalidad jurídica, bajo el No. 4857, de conformidad con la ley federal N°6015 del 31 de diciembre de 1973 otorga láurea al Sr. Comendador Ronaldo Vieira de Almeida con



todos los honores, derechos y privilegios inherentes al título, por los servicios pertinentes prestados a la causa de la fraternidad humana en la defensa de la paz, la cultura, la ciencia y la preservación del honor y la dignidad de la familia universal para el conocimiento de las generaciones venideras. Este diploma está inscrito en el libro N° 26, fls 47 y la medalla Dom Pedro I, inscrita bajo el N° 147, al servicio de museos históricos de la Secretaría de Educación Empresarial del Estado de São Paulo. Siete días de septiembre de 2017. 1822 años de descubrimiento. 195 años de independencia de Brasil.

> 2017 - ABRAMMIL - Academia Brasileira de Medalhística Militar - Fundada el 1° de marzo de 2017 – Patrono D. João VI. El presidente de Academia Brasileira de Medalhística Militar, en el uso de sus atribuciones legales y según lo dispuesto por su estatuto, confiere al Dr. Ronaldo Vieira de Almeida el diploma y la Medalla «Mérito Marechal Castelo Branco» por los servicios relevantes prestados a la nación y en reconocimiento de sus actos meritorios y cívicos, quienes, con fe y valentía, cultivan los más altos ideales patrióticos. Esta medalla fue creada en 2008, registrada en el Ejército brasileño con el código C37 y registrada en el Ministerio de Cultura con el número 656.518. Registro Abrammil N° 297 - RJ 01 de diciembre de 2017.

> 2018 - Recibe el Título de Académico Efectivo en el área de ciencias humanas, miembro vitalicio, por fuerza de su expresión histórica, juramentado en la Cátedra no X, siendo Patroneado por el Profesor Luciano Del Giudice Neto, en la condición de académico efectivo-inmortal. Otorgado en una ceremonia celebrada en el salón noble del espacio de la corte de Brasilia el 21 de abril de 2018.

> 2019 - ANADS - Academia Nacional de Artes e Direito Social - premio al Comendador académico, Dr. Ronaldo Vieira de Almeida en el grado de Comendador Grã-Cruz (Comenda Tiradentes).



Dr. Ronaldo Vieira de Almeida



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE



LA HISTORIA NO CAMBIARA A CAUSA DE POLÍTICAS, DE CONQUISTA, DE TEORÍAS O DE GUERRAS.

LA HISTORIA CAMBIARÁ CUANDO PODAMOS USAR LA FUERZA DEL AMOR, SIN MIRAR RAZAS, COLOR O NIVEL SOCIAL.

SIEMPRE TENDIENDO EN MENTE QUE EN ESTA TIERRA TODOS SOMOS IGUALES.

WWW.LAQI.ORG



NOTA CENTRAL
NOTA CENTRAL

APORTES DE LAS ACCIONES ESG PARA UNA EMPRESA SOSTENIBLE

En el mes del Día Mundial del Medio Ambiente, la reflexión sobre la interconexión de las iniciativas y prácticas ESG en el mundo empresarial se vuelve indispensable

Con los avances tecnológicos y la agilidad de las informaciones, el acceso a los datos y medios para implementar proyectos e iniciativas se vuelve cada vez más práctico. Parte de esta realidad, la globalización impulsa la competencia, especialmente en el mundo empresarial, demandando de manera acelerada inversiones en conocimiento, preparaciones y un servicio basado en la calidad y la excelencia.

Este camino implica la búsqueda de un equilibrio entre las demandas humanas —que involucran temas laborales— y la preservación de los recursos naturales, sin comprometer a las generaciones futuras. Es decir, pasa por la sostenibilidad, la explotación de los recursos naturales de forma responsable y equilibrada, apuntando siempre a la preservación del medio ambiente.

Con esto, el término ESG ha ganado mayor visibilidad, gracias a la creciente atención del mercado financiero sobre el tema sostenibilidad. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), las temáticas relacionadas con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza han pasado a ser consideradas en las evaluaciones de riesgos y las decisiones de inversión. En esto, el sector empresarial se vio presionado.

Si por un lado el tema es visto como nuevo y anima a los líderes empresariales a buscar conocimiento, ya que buscan entender qué es el ESG y las adaptaciones necesarias para cumplir con dichas directrices, por otro lado, muchas organizaciones llegan a la conclusión de que el ESG no es una evolución de la sostenibilidad corporativa, sino que es sostenibilidad corporativa propia.

Ante esto, es cierto que una corporación alineada con las prácticas ESG y consciente de sus impactos negativos y positivos en el ámbito social puede actuar sobre ellas, en base a la necesidad de minimizar los factores negativos, potenciar lo positivo y equiparar las pérdidas que se causaron. En esto, se enfatiza que ESG no es más que la sostenibilidad corporativa en sí misma.

Se sabe que las prácticas ESG pasan por los 10 principios del Pacto Mundial, una iniciativa que nació en el año 2000 del entonces Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en la que llamó a las empresas a alinear estrategias en las áreas de Derechos Humanos, Laboral, Medio Ambiente y Anticorrupción, así como implementar acciones que colaboren con el desarrollo social.

Para ello, los análisis deben observar si la organización respeta y apoya los derechos humanos internacionalmente reconocidos en su área de influencia y garantiza la no participación en las violaciones de los derechos humanos. También en este campo, deben plantearse preguntas sobre la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno.

En el área laboral, el análisis debe centrarse en apoyar la libertad sindical y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva, eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, erradicar todas las formas de trabajo infantil de la cadena productiva y fomentar prácticas que eliminen cualquier tipo de discriminación en el ambiente de trabajo.

Y en el aspecto ambiental, asumir prácticas que adopten un enfoque preventivo, responsable y proactivo ante los desafíos ambientales, desarrollar iniciativas y prácticas para promover y difundir la responsabilidad social y ambiental, y fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientalmente responsables.

El camino pasa por la Agenda de los ODS

Para la alineación de acciones relacionadas con los principios de derechos humanos, laborales, medio ambiente y anticorrupción, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por la ONU en 2015, son la principal guía de las corporaciones para la adecuación

de las operaciones a las buenas prácticas ESG, ya que resumen los desafíos sociales, ambientales y de gobernanza.

Una iniciativa de ámbito global es «Ambición por los ODS», que tiene como objetivo desafiar y apoyar a las empresas que forman parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para que relacionen objetivos ambiciosos e incorporen los ODS en sus estrategias comerciales, teniendo en cuenta la cadena y la participación de las partes interesadas. También es una oportunidad para que las corporaciones vayan más allá del progreso que considera solo el negocio en sí.

Aun sobre el tema, la ONU afirma que los ODS y sus metas son integradas e indivisibles, de carácter global y universalmente aplicable, teniendo en cuenta las diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo nacional y respetando las políticas y prioridades nacionales.

Con esto, esta agenda es un plan de acción para las personas, los sectores, el planeta y la prosperidad, además de fortalecer la paz universal en mayor libertad. Con este fin, la ONU reconoce que los ODS son integrados e indivisibles y equilibran las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

En este sentido, los ODS tienen la fuerza para movilizar recursos basados en el espíritu de una mayor solidaridad mundial, centrándose en particular en las necesidades de los más pobres y vulne-

rables y con la participación de todos los países, todas las partes interesadas y todas las personas. Por lo tanto, las interconexiones y la naturaleza integrada de los ODS son de crucial importancia.

Los ODS se aplican a todas las personas y reconocen la importancia de la inclusión en la agenda de desarrollo sostenible. Con un desempeño responsable y oportunidades para la promoción del desarrollo sostenible, las empresas contribuyen fundamentalmente al logro de los ODS.

La Agenda también establece que los ODS tienen como objetivo lograr los derechos humanos de todos y destaca las responsabilidades de todos los Estados, involucrando a los diferentes sectores de la economía, en la protección, el respeto y la promoción de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción.

Acciones desarrolladas en cadena

En la búsqueda de la sostenibilidad, la empresa que busca implementar prácticas ESG observa que las acciones se producen de forma gradual, empezando por el ambiente de trabajo y la concienciación. Para ello, las cuestiones de empleo digno implicarán directamente la adopción de una línea sostenible, ya que una acción está vinculada a otra.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) sostiene que más personas

con empleos decentes significan un crecimiento económico más fuerte e inclusivo, y esto genera más recursos para empleos decentes. Así que, con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, hay una oportunidad para marcar la diferencia.

Aun en este ciclo, el trabajo decente aumenta los ingresos fiscales para los gobiernos, que pueden, como consecuencia, financiar medidas sociales para proteger a las personas que no pueden encontrar un trabajo o que no pueden trabajar. En esto, se reduce la desigualdad y aumenta la resiliencia.

Sobre este factor, la ONU ya ha señalado que los objetivos 2030 responden a la necesidad de que toda la humanidad pueda vivir una vida digna, libre de pobreza, hambre y desigualdad, donde todos los hombres, mujeres y jóvenes puedan desarrollar todo su potencial.

Según la OIT, las micro, pequeñas y medianas empresas son las principales creadoras de empleo del mundo, ya que concentran dos tercios de todos los empleos en todo el globo. En este escenario, las pequeñas empresas a menudo se encuentran en el sector informal, donde las condiciones de trabajo no están reguladas.

En este sentido, mediante prácticas ESG, el apoyo a las pequeñas empresas debe intensificarse a medida que los mercados de trabajo se transforman y se fortalece la actividad empresarial. Con este fin, las políticas deben reflejar y responder a la diversidad de las nue-

vas empresas en términos de tamaño, estructura y sector.

La visión también debe ampliarse para los más de 160 millones de niños involucrados en el trabajo infantil. Esta cifra representa más del 10% de la población infantil mundial, según la OIT. En todo el mundo, 21 millones de personas son víctimas del trabajo forzoso, de las cuales más de 11 millones son mujeres y niñas.

Como acción práctica a nivel internacional, es necesario formar un marco sólido en la lucha contra el trabajo infantil y el trabajo forzoso, adoptando un enfoque multinivel para erradicar esta realidad, que entienda la legislación, la protección de las familias y las políticas laborales.

Implementación de acciones sostenibles

Todo este preámbulo, que vincula las prácticas ESG y se centra en el trabajo decente como una de las bases para otras acciones, culmina con la adopción de iniciativas dirigidas a la preservación del medio ambiente, especialmente por parte de las empresas, que están cada vez más atentas a esta demanda por parte de los propios clientes.

Como incentivo para la reflexión, el mes de junio se involucra en el tema

ambiental, principalmente por el Día Mundial del Medio Ambiente, celebrado el último día 5 y que, hace 50 años, llama a la humanidad a celebrar la riqueza del planeta y resaltar los peligros que enfrenta. Este año, el evento abordó el tema «Una Sola Tierra».

La primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano tuvo lugar hace 50 años en Estocolmo, Suecia. Fue la primera Cumbre Ambiental Mundial, consolidando, entre hitos importantes, la idea de crear un Día Mundial del Medio Ambiente.

La primera celebración tuvo lugar dos años después, en 1974. Desde entonces, el evento anual ha ayudado a exaltar el planeta y resaltar los peligros que enfrenta. Sobre esto, los expertos destacan que la iniciativa trajo cambios, ayudó en la creación de tratados globales que cubren diversas agendas, desde la contaminación plástica hasta el desperdicio de alimentos.

Según la ONU, el Día Mundial del Medio Ambiente de este año encuentra al planeta en una triple crisis de cambio climático, pérdida de naturaleza y biodiversidad y contaminación y residuos. A partir de este mes, se espera cada vez más que las empresas, los líderes empresariales y las organizaciones participen en la implementación de iniciativas ambientales.

Un camino positivo está vinculado al

crédito de carbono, un concepto nacido del Protocolo de Kyoto en 1997, que tiene como objetivo reducir los gases de efecto invernadero. Estos créditos forman parte de un sistema que ayuda a los países que tienen metas para reducir la emisión de estos gases. En este mecanismo, a cada tonelada no emitida, se forma un crédito de carbono.

Con esto, cuando un país logra reducir la emisión de esa tonelada, recibe un certificado emitido por el Mecanismo de Desarrollo Limpio, es decir, recibe los créditos que estarán disponibles.

Referencias

<https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg>

<https://news.un.org/pt/story/2021/11/1769342>

<https://sdgs.un.org/2030agenda>

<https://www.pactoglobal.org.br/pg/ambicao-pelos-ods>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---ifp_skills/documents/publication/wcms_610270.pdf

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_544325.pdf

<https://brasil.un.org/pt-br/184565-dia-mundial-do-meio-ambiente-2022-sera-transmitido-ao-vivo-neste-domingo>



LATIN AMERICAN
 QUALITY INSTITUTE

WORLD POST

Atenta a la calidad de los servicios y servicios y cercana a los clientes, empresa ubicada en el estado de São Paulo es una referencia en el segmento de fabricación de envases especiales y sobres de alta seguridad

La empresa más grande de América Latina en el segmento de fabricación de envases especiales y sobres de alta seguridad, World Post Indústria, Comércio e Serviços LTDA está presente en el mercado desde 1992, impulsada por su expansión comercial, con importantes inversiones en nuevas tecnologías, productos y servicios.

Con un equipo calificado para atender a todos los clientes, la empresa es reconocida por la excelencia y calidad de los productos y servicios. Ubicada en Santana do Parnaíba, en el estado de São Paulo, la organización crece en el mercado interno y prospecta el mercado externo.

La directora ejecutiva Fátyma de Moraes explica que cada inicio está marcado por desafíos, sin embargo, con planificación y disciplina, World Post pudo lograr lo que quería como visión ante el mercado: estar entre las corporaciones más grandes y mejores del segmento, siendo reconocida por clientes y socios por la calidad de sus productos y servicios.

«Algunos de nuestros principales retos fueron saber hacia dónde queríamos llegar, tener una planificación realista, establecer metas, estandarizar procesos y, en consecuencia, prestar especial atención a nuestras finanzas», afirma. Para ello, la empresa



mantiene relaciones, valora el conocimiento y busca la evolución constante en tecnología y servicio, estableciendo un negocio ecológicamente sostenible para el crecimiento continuo.

La búsqueda de la Calidad Total es clave en todos los servicios y servicios postales mundiales, tanto es así que, por segundo año consecutivo, la empresa ha recibido el Premio Empresa Brasileña del Año, reconocimiento de Latin American Quality Institute (LAQI) por su destacada gestión y encuadre del tema propuesto para el año 2021, que fue «Recuperar con Excelencia: Calidad Total, Sostenibilidad y Compliance».

Según la compañía, este reconocimiento fue motivo de gran orgullo, ya que, a lo largo de 29 años, ha estado buscando la excelencia en hacer siempre lo correcto a los clientes y al planeta. «Seguimos siendo firmes en este propósito, invirtiendo cada vez más en nuevos productos y servicios, que siempre satisfagan las necesidades de los clientes», cuenta la directora.

Acciones centradas en la sostenibilidad

Fátyma destaca la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este contexto, comenta que World Post tiene como uno de sus objetivos, como factor de decisión estratégica dentro del entorno corporativo, el compromiso de utilizar los recursos naturales de manera responsable, invirtiendo en el bienestar del planeta y también asegurando que todos los involucrados en los procesos sean tratados de manera justa.

«Deseamos informar a todos nuestros colaboradores sobre la importancia de los ODS, pues debido a ellos haremos que el negocio sea más eficiente, responsable, transparente y más competitivo. Estamos en el proceso de implementar medidas de control de consumo, invirtiendo en eficiencia en toda la cadena de suministro para ayudar a reducir el costo de la energía en el transporte de productos y servicios, a través de un sistema de gestión de almacenes», enfatiza.



La compañía también presta plena atención a la Agenda 2030 de la ONU y destaca que este tipo de iniciativas son fundamentales para el fortalecimiento de la cultura de la Sostenibilidad Ambiental y Social, tanto a nivel gubernamental como empresarial. Fátyma destaca que, adoptando una metodología



para cumplir con los ODS, las empresas asumen un papel relevante en la mitigación de los riesgos impuestos sobre el medio ambiente y los recursos naturales, además de contribuir a la salud, el bienestar y la calidad de vida en el planeta.

Importancia del trípode ESG

Para World Post, el éxito empresarial está totalmente ligado a factores sociales, ambientales y económicos, dado que un buen ambiente organizacional está directamente relacionado con el aumento de la productividad y los ingresos. Por ende, es posible proporcionar inversiones de mejoras para los empleados.

«Nos comprometemos con el desarrollo de todos nuestros empleados, tanto en el aspecto personal como profesional, siempre apuntando al trabajo en equipo y a la excelencia en la consecución de resultados. Buscamos constantemente la mejora continua de nuestros procesos, asegurando la calidad de los productos y servicios e invirtiendo en la formación de nuestros colaboradores», señala Fátyma.

La directora-ejecutiva enfatiza que en la empresa no se aceptan condiciones de trabajo inhumanas y degradantes, así como la violación de derechos fundamentales como el trabajo infantil y forzoso, la trata de personas y la sumisión de cooperar a condiciones análogas a la esclavitud. «No permitimos ni utilizamos el trabajo infantil, del mismo modo que no compramos productos o servicios a proveedores que se sabe que hacen uso de este tipo de recursos o a aquellos que mantienen a las personas en condiciones de trabajo inhumanas», comenta.

Atención al cliente y oportunidades

Fátyma cuenta que, en el período más crítico de la pandemia de la covid-19, la producción de envases por parte de World Post fue esencial, tanto que la empresa no detuvo las actividades, sino que creó innumerables maneras de controlar la crisis sanitaria, cuidando a los que se infectaron —incluyendo mantenerse en contacto con los hospitales, cuestionar la conducta y el tratamiento que estaban dando a los empleados que necesitaban hospitalización— y monitorear de cerca cada caso.

«Nos ocupamos de la falta y el alto precio de las materias primas, pero no dejamos



de atender a nuestros clientes, que necesitaban envases para el público objetivo. No hicimos despidos, ni recortes, ni retrasos en salarios ni beneficios. Este compromiso que tenemos con nuestros empleados, clientes y proveedores es un diferencial de World Post, que siempre trabaja duro para servir a todos», señala.

Con este fin, la seguridad de los datos de los clientes, así como los de la propia empresa, está en las principales agendas de World Post, que cumple plenamente con las leyes anticorrupción y se esfuerza por promover medidas de integridad, requiriendo que los emplea-

dos y socios compartan este compromiso. En esto, todos los empleados deben conocer las normas de prevención de la corrupción previstas en la legislación brasileña, incluida la Ley de Improbidad Administrativa (Ley N° 8.429/1992) y la Ley N° 12.846/2013 y sus reglamentos. «Además de conocer las normas, todos deben comprometerse a cumplirlas fielmente para sí mismos, y para sus socios, administradores y empleados, así como exigir su cumplimiento por parte de los terceros contratados por ellos», señala.

Así, la empresa suele conocer a sus clientes y sus necesidades para aten-

derlos en su totalidad. Según Fátyma, esta asociación es un diferencial en el servicio personalizado. Por lo tanto, en este contexto, las sugerencias y críticas siempre son bienvenidas, ya que tener una retroalimentación más crítica sobre el desempeño, impulsa a la organización a corregir los fracasos y lograr más éxito. Asimismo, una buena gestión está siempre atenta a los stakeholders.

«Para lograr este grado de satisfacción y asegurar el éxito del proyecto, es necesario identificar y conocer las características, expectativas y roles de cada uno de los grupos de interés. Desde el conocimiento de cada stakeholder, buscamos su compromiso, motivación y cooperación. Por medio de estos factores, pudimos alcanzar los objetivos, buscando la excelencia en la relación entre las partes y reduciendo los riesgos de fracaso en el proyecto», concluye.



WORLD POST
ENVELOPES ESPECIAIS

Sus Productos más seguros.

World Post Bolsas Especiales

Reconocida en el sector de embalajes, World Post es una industria enfocada en la fabricación de envases especiales y bolsas de alta seguridad.

Impulsada por su expansión comercial, actúa con protagonismo en la innovación, añadiendo a su línea de producción y servicios una amplia variedad de nuevos materiales, sirviendo así a los más variados segmentos del mercado.

¡Fidelizando cliente para su empresa, con envíos de calidad!

**¡Entre en contacto!
(11) 3699-7007**



REPORTAJES



BCYSA SERVICIOS INDUSTRIALES S.A. DE C.V.

Con sede en México, Bcysa Servicios Industriales es una empresa mexicana dedicada al desarrollo de propuestas técnico-económicas, así como la supervisión técnica administrativa de proyectos de infraestructura para el sector energético de hidrocarburos, principalmente gasoductos y estaciones de compresión, a través de soluciones integrales, de vanguardia y conjugando la calidad con un enfoque sustentable.

El director general Jorge Armando Augusto Vitelli cuenta que, bajo el liderazgo de un excepcional grupo de ingenieros mexicanos, dan inicio las actividades de la organización, en ese entonces denominada Brycsa, avocada al desarrollo de la infraestructura del país con proyectos tales como carreteras y hospitales, logrando consolidarse como una de las mejores en el ramo de la construcción en México.

Tras superar diversos retos de la economía nacional, en el año 1994, Brycsa se posiciona en el sector energético, e incrementa su participación en proyectos de gran relevancia para el transporte de gas natural convirtiéndose en Bcysa Servicios Industriales en 2012. Actualmente, la corporación se enfoca en brindar soluciones de calidad al sector energético de hidrocarburos, principalmente en proyectos para el transporte de gas natural, asimismo trabaja en la expansión de su portafolio de negocios.

Para ello, la calidad y la excelencia se observan en todas las etapas. Jorge Armando Vitelli explica que la empresa mantiene, desde el año 2015, un Sistema de Gestión Integral certificado, dentro del cual se

cuenta con la directriz de Calidad, a través de ésta se definen, implementan y mejoran los procesos para lograr la satisfacción del cliente y partes interesadas pertinentes, en concordancia con las directrices estratégicas del corporativo y las variables y retos del contexto organizacional.



«Las directrices del Sistema de Gestión de Calidad consideran el liderazgo y compromiso para la mejora del desempeño organizacional y el cumplimiento cabal de los requisitos que suscriben a la organización, así como aquellos a los que volunta-



tegias que permitan minimizar sus impactos negativos, aportar valor a la sociedad y en consecuencia fortalecer su reputación como organización y establecer relaciones saludables con sus grupos de interés.

En este contexto, la corporación cuenta con acciones dirigidas al cuidado del medio ambiente, a través de un Sistema de Gestión Ambiental. Dicho proyecto cuenta con controles operacionales en materia de sustancias peligrosas, residuos sólidos urbanos, de manejo especial y peligrosos; protección de la flora y fauna; emisión de contaminantes a la atmósfera; consumo de materias primas y recursos naturales; así como generación de aguas residuales.

«Mediante estos controles, así como un análisis de los aspectos e impactos ambientales bajo una perspectiva de ciclo de vida, nos ha sido posible implementar indicadores para monitorear y asegurar la eficacia de nuestras acciones determinadas para la protección del medio ambiente y prevención de la contaminación en estricto apego al marco legal y normativo de la empresa», explica Jorge Armando Vitelli, enfatizando observación de los ODS en estas actividades.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, Bcysa se guía por un modelo vinculado a la sostenibilidad y a la estrategia de negocio de la propia corporación, ya que la empresa considera imprescindible realizar proyectos que relacionen las necesidades y expectativas de los grupos de interés. La organización también tiene varios programas dirigidos a empleados y comunidades que se encuentran en su esfera de influencia.

riamente ha decidido cumplir; la mejora continua de nuestros procesos; la gestión activa de riesgos y oportunidades para el logro de los resultados previstos; la colaboración, compromiso y desarrollo del talento humano; así como el establecimiento de objetivos, metas e indicadores de calidad como elemento clave para la medición del desempeño», comenta.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impregnan las acciones de Bcysa, ya que la compañía considera esta agenda una guía que les permite identificar el impacto tanto positivo como negativo que se puede generar a nivel social, ambiental y económico, y de esta formar generar estra-

El director general comenta que los principales desafíos a los que se enfrenta actualmente, como en todo el sector empresarial, han sido el reflejo de la pandemia de la covid-19, que hoy sigue causando daños económicos y sociales, así como la ejecución de programas y acciones de responsabilidad social empresarial. Por otro lado, superar los obstáculos, con resiliencia, ha traído buenas señales a la corporación.

«Los resultados que hemos obtenido de la ejecución de nuestros programas y acciones han sido óptimos ya que hasta la fecha no hemos tenido la necesidad de prescindir de ninguno de ellos, sino que hemos buscado la forma de adaptarnos a las condiciones extraordinarias que la pandemia nos ha exigido, motivo por el cual continuamos brindando atención a los sectores más desfavorecidos, generando oportunidades de crecimiento a nuestros colaboradores y estableciendo alianzas para ser promotores de un cambio social», garantiza.

La compañía considera importantes todas sus acciones, sin embargo, actualmente, trabaja para alinear el sistema de gestión de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad a un estándar de alto nivel, a través del cual será posible un mayor alcance de todos los procesos que integran la organización. A partir de esto, será posible promover la mejora continua en todos los ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

Jorge Armando Vitelli destaca que todo el cuerpo de la empresa es consciente de que, para poder prestar un servicio con los más altos estándares de calidad a clientes externos, es vital generar acciones que tengan un impacto positivo en los clientes



internos — colaboradores. Debido a esto, la organización valora la promoción de un gran ambiente de trabajo, así como la calidad de vida satisfactoria, posicionando estos temas como una prioridad.

«Al contar con trabajadores satisfechos y con un gran sentido de pertinencia, lograremos un alto desempeño organizacional, el cual, incluso, es reconocido en distintos procesos de evaluación y acreditación externa, en el sector privado. En materia de nuestros proveedores, como parte de la cadena de valor, se establecen estrategias y alianzas, con el propósito de generar re-

laciones mutuamente benéficas y perdurables, como medio para proporcionar un servicio de excelencia a nuestro cliente», explica.

Socialmente responsable, la compañía señala que la identificación de los grupos de interés y el conocimiento de sus necesidades y expectativas permiten una guía de acciones que tienen impactos positivos. A través del Procedimiento de Gestión de las Partes Interesadas del Sistema de Gestión de RSE y Sustentabilidad, asume la tarea de identificar, analizar y evaluar las necesidades, expectativas, requisitos y asuntos materiales de sus stakeholders.

De acuerdo con Jorge Armando Vitelli, dicho procedimiento nos marca las pautas para la oportuna clasificación y atención de cada grupo de interés, estableciendo los mecanismos de seguimiento pertinentes, para asegurar la eficacia de las acciones y decisiones tomadas.

«Actualmente, los desafíos más grandes a los que nos enfrentamos para satisfacer sus necesidades y expectativas fueron principalmente desencadenados tras la propagación de la covid-19, pues como se ha mencionado anteriormente

la mayoría de nuestras acciones tuvieron que migrarse a escenarios digitales y remotos», enfatiza.

A Bcysa possui também uma área jurídica que lidera a governança de sua organização, com critérios de ética empresarial, para garantir que os trabalhos sejam regidos por práticas baseadas em diretrizes de legalidade e transparência. Por meio do comitê de ética e compliance legal, as ações de governança são formalizadas e a estrutura é consolidada para prevenir qualquer risco legal que possa afetar as operações e ter mais ferramentas no combate à corrupção.

«Contamos con una estructura documental conformada por políticas, códigos reglamentos y procedimientos encaminados a la protección y respecto de los derechos humanos, al desarrollo de nuestras actividades empresariales bajo el marco legal establecido, promoviendo en todo momento practicas justas de operación, transparencia y legalidad, evitando en todo momento actos de corrupción o soborno y promoviendo en nuestra esfera de influencia el rechazo a cualquier practica que ponga en riesgo el buen hacer de la organización», concluye el director.

The logo for Bcysa features the company name in a bold, dark blue, sans-serif font. The letter 'B' is significantly larger than the other letters and has a yellow swoosh above its top curve. The letter 'a' at the end also has a yellow swoosh above its top curve.

Bcysa

ESR
EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE



Great
Place
To
Work.
Certificada
OCT 3100-06P 2017
MEXICO



Bcysa Servicios Industriales S.A. de C.V.

LÍDERES



en **consultoría especializada** para la gerencia de proyectos de **construcción, coordinación y supervisión de obras.**

Servicios:	Ingeniería Básica, Preliminar y Extendida	Costos y Presupuestos
Consultoría Ambiental	Trabajos Topográficos	Elaboración y Gestión de Permisos Federales, Estatales y Municipales
Gestoría de Derecho de Vía	Seguridad e Higiene	Administración de Proyectos

INTRAMAR SHIPPING SAS – GRUPO SIGHTLO

Intramar es una empresa enfocada en el mercado de carga general y especializada en mudanzas internacionales, productos relacionados con la salud como productos farmacéuticos, cosméticos, equipos y tecnología médica y electrónica. Ubicada en Colombia, la organización tiene como objetivo facilitar el flujo internacional de personas y bienes, para que lleguen de forma segura y oportuna a los rincones de la tierra en donde se necesitan.

El presidente, Juan Guillermo Díaz Castañeda, y el consejero delegado, Nicolás Gärtner Cala, explican que, más concretamente, la corporación se encarga de asesorar, planear e implementar toda la cadena logística internacional (transporte, aduanas, almacenamiento, seguros, embalaje, etc.), ofreciendo servicios de punta a punta, y adaptándolos para una amplia

diversidad de clientes y mercancías. Para ello, cuenta con un equipo con un gran número de empleados directos.

Dado el complejo y dinámico contexto global, no solo en el sector logístico, sino también a nivel general, el Grupo Intramar Andino se ha ido reinventando a un ritmo acelerado. Actualmente, la organización afirma estar haciendo todo lo posible para estar a la vanguardia en los campos social, económico, tecnológico y ambiental, entre otros. En este orden de ideas, sus pilares corporativos son coherentes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Entre las acciones para acabar con la pobreza y fomentar el trabajo decente y el crecimiento económico, la empresa se encuentra en proceso de expansión y proyectos de integración vertical y horizontal. «El





grupo está generando un número creciente de empleos directos e indirectos. Sin embargo, nuestro énfasis no solo está en el número de vacantes abiertas, sino también en la calidad de estas, asegurando las mejores condiciones de trabajo posibles», comentan.

En el ámbito de la salud, el bienestar y la educación de calidad, la Unidad de Desarrollo Humano se configura como un equipo estratégico, especialmente dedicado a la promoción y aplicación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. Esto materializa un ambiente de formación y desarrollo personal y profesional a través de la formación y el aprendizaje constantes.

En el Grupo Andino Intramar no existe ningún tipo de discriminación o restricción relacionada con género, e incluso con orientación sexual. Un ejemplo de esto es el hecho de que en la Mesa Directiva haya 7 mujeres entre los 13 Directivos, lo que representa más del 50%. Aún ligado a los ODS, se siguen creando alianzas para alcanzar metas, acciones que traen incenti-

vos a la mejora continua y la búsqueda de la excelencia en todas las fases y procesos. «La empresa cree que, a pesar de que la competencia empresarial sea un gran incentivo para mejorar continuamente y mantenerse relevante para nuestros clientes, a veces la competencia es lo opuesto a la creatividad. Intramar considera que la principal motivación para trabajar duro debe ser la inspiración que generan las mejores empresas de la industria y el mundo, y está abierto a generar alianzas estratégicas con todo tipo de empresas», explican.

En el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa, tres programas contribuyen al desarrollo sostenible. Juan Díaz Castañeda y Nicolás Gärtner señalan que existe un compromiso para fomentar e impulsar acciones sociales que generen un impacto positivo en el medio ambiente. «Hacer la diferencia y generar un valor agregado son algunos de nuestros pilares fundamentales», aseguran, señalando que dos de estas iniciativas están relacionadas con el apoyo a fundaciones para niños, niñas y adolescentes.



Así, la colaboración se vuelca a la Fundación 33 Sueños y Fundación Codo a Codo, que buscan ayudar a los niños desamparados, fortaleciendo valores y promoviendo los derechos humanos a través de la generación de experiencias enriquecedoras para su desarrollo. Destacan que estos fundamentos, además de mostrar a los niños una realidad diferente, como llevarlos a un buen restaurante, proporcionan actividades lúdicas de crecimiento físico, emocional e intelectual.

A partir de esto, es posible espacios en los que la calidad de vida, el amor, las herramientas de trabajo, la educación y el conocimiento sean la construcción de una sociedad inclusiva, respetuosa, solidaria y equitativa. En el mismo contexto, otro programa, Go Green, se centra en el reciclaje, fomentando buenas prácticas medioambientales que permitan un consumo responsable en la empresa a través de la reutilización de material de embalaje que se encuentre en perfecto estado.

«Para nosotros, el uso de las 3R reducir, reciclar y reutilizar es indispensable para ofrecer soluciones eficaces y responsables a nuestros clientes como alternativa en sus procesos de mudanza, importación o exportación. Con su aprobación previa, implementamos nuestro programa Go Green que evita la mayor cantidad de desechos y ayuda al planeta y al medio ambiente», refuerzan, siendo estas las principales iniciativas dentro de la Responsabilidad Social Corporativa.

También comentan que Intramar adopta estos programas en su estrategia integral para fomentar una cultura positiva y diferenciada, en la que las decisiones transforman promesas sostenibles en realidades tangibles. Para ello, el equipo trabaja para fortalecer una responsabilidad compartida dentro de la empresa, generando confianza en que las personas que apoyan a la organización hacen un buen uso de los recursos que se le asignan.

La compañía también tiene una filosofía muy clara, que reflexiona sobre sus pilares corporativos y ejes culturales, orientando e impactando todos los aspectos relacionados con las audiencias internas y externas. Estos pilares son el servicio, la sostenibilidad operativa, la calidad y la seguridad. Por otro lado, los ejes pasan por los entornos domésticos, creativos y educativos, de proactividad, diligencia y concientización.

Según Juan Díaz Castañeda y Nicolás Gärtner, estos pilares y ejes derivan de muchas acciones, comportamientos y decisiones de manera práctica y razonada. «Todos los empleados están formados en cada uno de ellos (pilares y ejes) y motivados para promocionarlos», explican, señalando que la ética es innegociable para todas las empresas del grupo, ya que el sector logístico y aduanero está altamente regulado, así como muy arriesgado.

Por ello, Intramar implementa códigos, políticas y manuales extremadamente rigurosos y especialmente dedicados a la promoción de buenas prácticas y prevención de cualquier actividad ilegal y corrupta. Además de todos los documentos y sistemas requeridos por la ley, como el Reglamento Interno del Trabajo, la organización cuenta con un Código de Ética, que incluye una serie de temas enfocados en las acciones de la empresa.

Esta lista aborda los conflictos de intereses; manejo cuidadoso de información privilegiada; recibo de regalos y dádivas para ocultar sobornos; prudencia en el control de riesgos; manejo responsable de la imagen y reputación de la empresa; colaboración constante con las autoridades; disposición a la prevención,

detección y control al lavado de activos y financiación al terrorismo; y prevenir conductas de corrupción y soborno.

La empresa implementa sistemas de gestión de calidad (ISO 9001-2015 BUREAU VERITAS), sistemas de gestión de riesgos y prevención de lavado de activos (SARLAFT), y otros sistemas certificados complementarios. Otro ejemplo es la certificación internacional anual FAIMPlus, para la industria de mudanzas internacionales. Para obtener este estándar internacional se le realizan a la compañía auditorías periódicas de sus operaciones, documentos y procedimientos por parte de FIDI.

La organización también aplica múltiples estrategias mediante las cuales, a nivel general, se centran en el empoderamiento y el capital humano, ya que impactan directamente en la satisfacción de los grupos de interés. En esto, se busca construir una comunidad corporativa en la que todos los empleados se sientan parte de un equipo cooperativo y colaborativo. Todo forma parte de una dinámica familiar que pretende trascender aspectos puramente laborales y profesionales.

«La buena gestión y las buenas prácticas son absolutamente fundamentales para lograr, por un lado, cumplir con todas las exigencias y requisitos que nos demandan el mercado, la ley, los acuerdos de servicio, los gremios, etc. y, por otro lado, exceder las expectativas de nuestros clientes (correr la milla extra). Como dice el dicho: “Todo en papel aguanta”, el reto es gestionar todos los recursos y actividades para que los compromisos adquiridos y los sistemas de calidad se materialicen y se vuelvan una realidad», concluye.

WORLD-CLASS LOGISTICS

QUIÉNES SOMOS:

Somos una compañía de origen colombo-suizo fundada en 1947, especializada en la planeación y la implementación de logística integral. Hoy en día nos destacamos por ser una de las empresas de logística con mayor trayectoria en Colombia.



NUESTROS SERVICIOS:

- 1- Mudanzas y Reubicación.
- 2- Agenciamiento de Carga Internacional.
- 3- Transporte Terrestre.
- 4- Obras de arte.
- 5- Agencia de Aduanas Nivel 1.
- 6- Comercialización y distribución de medicamentos y equipos médicos.

CONTACTÁNOS



+57 (1) 318-801 7373

intramar@intramar.com.co



MOVING THE WORLD WITHOUT BORDERS

Si tienes una mudanza nacional o internacional, si eres importador o exportador, si necesitas un comercializador o distribuidor de medicamentos / equipos médicos o, si tienes cualquier reto logístico: **Aquí estamos nosotros para ayudarte ¡Llámanos!**

LABCLINICS S.R.L

Labclinics S.R.L es un laboratorio privado de análisis clínicos especializados en las áreas de: hematología, microbiología, bioquímica, toxicología, inmunología, hormonas y marcadores tumorales y biología molecular. La misión principal de la compañía es proporcionar a los profesionales médicos asistencia en el diagnóstico clínico y el tratamiento de sus pacientes a través de la ejecución rápida y confiable de las pruebas analíticas que necesitan.

En este proceso, el equipo adopta un enfoque multidisciplinario en el estudio de los resultados de cada paciente en beneficio de la calidad de la atención, con la implementación de los más modernos avances tecnológicos y las técnicas y equipos más actualizados y confiables de Bolivia. La Directora General, Dra. Elma Rossell Simon señala que, desde su fundación en 1999, Labclinics ha sido protagonista de una historia de constante esfuerzo y mejora.

«Esto refleja tanto en la competencia de su plantel profesional que, apoyados en equipos analíticos de última generación y en el amplio número de pruebas analíticas de rutina y especiales que ofrece como en la calidad del servicio, les ha permitido situarse en un lugar de privilegio entre los laboratorios de nuestro país», comenta, destacando que la organización sigue adelante en sus esfuerzos para mejorar los procesos, incorporar mejores equipos e introducir nuevas líneas de trabajo.

El alto nivel de recursos humanos y tecnológicos y la fiabilidad de los procesos analíticos son un factor diferencial, que permite al laboratorio prestar un servicio de calidad garantizada. Por ello, es el primer Laboratorio Clínico en Bolivia en obtener la Certificación de su Sistema de Gestión de la Calidad en base a las normas ISO 9001:2015, otorgada en forma conjunta y a nivel internacional por IBNORCA, Institu-





to Boliviano de Normalización y Calidad, AFNOR e IQNET (Red Internacional de Certificación, por sus siglas en inglés).

Este sistema tiene como alcance todos los procesos preanalíticos, analíticos y postanalíticos en las áreas de hematología, microbiología, bioquímica, toxicología, inmunología, citología, hormonas, marcadores tumorales y biología molecular, siendo válido para Labclinics y todas sus ramas. En esto, el laboratorio está autorizado a tener una organización alineada bajo una política de calidad, en la que cada miembro conozca sus funciones y su alcance.

Con esto, también es posible planificar a priori de cada una de las etapas que hacen la calidad de los análisis clínicos, como seguridad, rapidez en los análisis; una atención calidad, respetuosa y eficiente; incorporación de nuevas tecnolo-

gías analíticas; resultados exactos y precisos; información bioquímica de utilidad; desarrollo tecnológico en el área productiva; cumplimiento de las normas de bioseguridad por el cuidado del medio ambiente en nuestro laboratorio y en la comunidad; compromiso con las buenas prácticas profesionales y la calidad de los ensayos.

La Dra. Elma refuerza que, entre los objetivos de calidad, se encuentra la garantía de fiabilidad de todos los resultados a través de programas internos de control de calidad y programas externos de evaluación de calidad de forma permanente, superando el valor del 95% de fiabilidad, así como aumentar el grado de satisfacción del cliente, reduciendo el tiempo de espera del usuario estipulado para la recogida de muestras y los tiempos de entrega de resultados.

«Para ello, utilizamos las nuevas tecnologías de control y comunicación social y fomentamos la participación y el compromiso de nuestro equipo multidisciplinar de Labclinics en la prevención de riesgos, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión de la calidad y a la mejora continua», explica. En este contexto, también llama la atención sobre las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa implementadas por el laboratorio.

La docencia es otro aspecto fundamental de la evolución científica de Labclinics, es por esto que existen convenios con diferentes universidades como ser: la UMSA, Universidad Del Valle, UNIFRANZ, entre otras, convenios mediante los cuales a través de estos programas cumple con la formación de especialistas que incluyen temas fundamentales que deben conocer los profesionales de la especialidad de bioquímica, fisiología y patología humanas, química general y analítica, es-

tadística, semiología, bioquímica clínica, organización y gestión del laboratorio e informática.

Parte de la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el tema ambiental forma parte de las agendas del laboratorio. Dr. La. Elma comenta que la empresa cumple con todas las regulaciones nacionales e internacionales sobre protocolos de bioseguridad, que deben aplicarse en un laboratorio clínico. «Contamos con manuales de Bioseguridad establecidos en nuestro Sistema de Gestión de Calidad y con el personal altamente capacitado para desempeñar sus funciones», asegura.

En relación a la satisfacción de clientes y proveedores internos y externos, la directora general comenta que no cabe duda de que la importancia y el impacto del laboratorio seguirá creciendo de acuerdo con el desarrollo científico y tecnológi-





En Labclinics se consideran los aspectos preanalíticos, analíticos y postanalíticos del proceso de calidad y gestión de un laboratorio clínico, detallados en la norma ISO 9001:2008 «Laboratorios clínicos – Requisitos particulares para la calidad y la competencia», donde el profesional del laboratorio clínico está contribuyendo directamente con su trabajo diario al cuidado del paciente. Esto representa una actividad considerable en el sistema de gestión, las rutinas, la documentación y los procedimientos.

Este proceso también requiere apoyo e interés a largo plazo por parte del equipo. A su vez, el resultado será un servicio más transparente, consistente y continuamente mejorado que beneficiará a los pacientes y al laboratorio. «Nuestra profesión tiene un amplio futuro y una demanda en la aplicación y la integración de la información clínica, siendo fundamental la intercomunicación químico-clínico para el reporte confiable de los resultados, con la finalidad siempre de dar un servicio con calidad», señala.

El interés permanente en lograr un alto grado de calidad en las actividades de laboratorio clínico especializado de Labclinics facilita la competitividad y asegura que el nivel de confianza sea alto, lo que lo hace eficiente, eficaz, rentable y competitivo. En este sentido, este conjunto de acciones, que abarcan la calidad, la responsabilidad social corporativa y la ética, completa las fases de una buena gestión y se refleja en una reputación positiva.

co, generando múltiples desafíos, no solo desde la dimensión tecnológica y la perspectiva económica, sino, sobre todo, desde el punto de vista humano, donde la formación continua, el asesoramiento y la asistencia técnica desempeñan un papel clave en la mejora continua de la calidad.

LABORATORIO DE ANALISIS CLÍNICO ESPECIALIZADO

LABORATORIO CENTRAL:

Calle Manuel Campos Nro. 334 esq. 6 de Agosto
Edif. Iturri Telf. 2430846

SUCURSAL 1: UNIMED Av. Arce Nro. 2630
Telf. 2431133

SUCURSAL 2: Zona Sur Calle Julio Patiño Nro. 1548
(lado TIGO) Telf. 2791270

SUCURSAL 3: El Alto Av. Unión Nro. 234, Zona
Bolívar A, TOMOCENTRO - Telf. 2824516

SUCURSAL 4: CIES San Pedro: c. Colombia Nro. 539
Tel. 2485111-2483351

SUCURSAL 5: Los Pinos Av. Jose Aguirre Achá Nro. 200
Clínica Los Andes - Telf. 2795701

SUCURSAL 6: Avenida Hernándo Siles Nro. 420,
Edit. Titatium I, Obrajes - Telf. 2784578.

**ATENCIÓN LAS 24 HORAS
LOS 365 DIAS DEL AÑO**

Emergencias: 70127447 - 70111956

**Atención
las 24 horas**

**CERTIFICACIÓN
ISO 9001:2015**



*La mejor y más avanzada tecnología
al Servicio de la Salud y la Medicina Boliviana*

 **LABCLINICS**
Nuestra exactitud es cuestión de vida

www.labclinics.net

 <https://www.facebook.com/labclinics>

MEIJOR

Deleitar a sus clientes y hacer que se sientan más hermosos de lo que ya son. Esta es la misión principal de Meijor, una marca que comenzó su jornada en 2015, con el deseo de revolucionar la ropa masculina, con más belleza y formas de diferenciarse del statu quo. La tienda, que cuenta con servicios de la ciudad de São Paulo, comenzó con pequeños pasos de la estilista y propietaria, Luiza Guilger Guerra, creando y participando



en todas las etapas de producción, desde la creación y diseño de la colección, pasando por todo el proceso de confección hasta la comercialización y venta de las piezas.

Con ello, Meijor busca un mercado de personas a las que les guste diferenciarse visualmente en los lugares donde frecuentan. Según Luiza, el 99% de las ventas son para particulares a través de un e-commerce; Ligado a esta realidad, el marketing digital, a través de las redes sociales, es el punto fuerte de la marca. También comenta que uno de los principales retos era hacerse reconocido y llegar a los ojos de los clientes, ya que, con ropa innovadora y bonita, la posibilidad de que nuevos clientes se enamorasen y retuvieran la marca era grande. Otro reto era iniciar una empresa desde cero y aprender, en la práctica, todo el proceso de desarrollo.

La calidad de los productos comienza en la elección de tela y accesorios, pasa por la producción individual de cada pieza, por costureras dedicadas de la marca, embalaje y atención presencial, terminada con el mejor servicio posible, las mejores opciones de entrega y logística inversa para todo Brasil y el mundo. Los retos están en todas las etapas, desde la elección de proveedores de calidad, mano de obra calificada, capaci-



tación y comentarios de los clientes para evolucionar y cumplir mejor siempre. «La dependencia de terceros en todas las etapas y especialmente en la entrega de pedidos en línea es la más difícil de controlar y apoyar a los clientes», comenta.

Luiza señala que Meijor observa que, con el aumento de la población y un mercado cada vez más competitivo, el desarrollo sostenible debe ser una realidad, ya que, sin él, la producción puede penalizar el medio ambiente y sobrecargar cada vez más las opciones de eliminación de materiales. Mencionando la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la estilista y propietaria comenta que, además del desarrollo sostenible, un con-

sumo más consciente es una propuesta para mejorar el mundo y representa lo que quedará a las generaciones futuras.

En este contexto, la preocupación por el medio ambiente es primordial en la empresa. En la práctica, esto ocurre en la preferencia por las telas verdes y en la búsqueda de la conciencia de todos de la necesidad de volver sus ojos hacia un mundo más sostenible y menos contaminante. «La no fabricación de piezas en jeans evita un enorme desperdicio de agua, al igual que no contamina ni hace que el agua contaminada se vierta en el medio ambiente. Las piezas en tela sintética pretenden durar más tiempo en el armario, a diferencia de la industria de la moda rápida, y permiten el reciclaje de la tela para que se conviertan en algo nuevo», explica, y agrega que la producción con flujo controlado evita posibles desperdicios con stock, contaminación de la logística de transporte de las piezas y concientización de los clientes.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, Meijor busca reducir los residuos con una producción basada en la demanda. Para ello, se centra en la producción de piezas después de la compra realizada por el cliente en el local. «Al no trabajar con almacén, se evitan los desperdicios», garantiza. Otra acción es el respeto a los empleados, ya que las costureras tienen horarios de trabajo de libre elección y muy superiores a la media del mercado. La marca también prioriza las piezas de tela de mayor durabilidad y que pueden ser reutilizadas. «Todas las telas se someten a pruebas de calidad antes de ser compradas», cuenta.

Entre todos los proyectos en este campo, Luiza destaca el respeto con sus colaboradores como el principal. «Mejor ofrece a sus costureras las mejores condiciones de trabajo y retribución del sector, porque da libertad para trabajar en sus propios horarios, y la cantidad pagada por pieza es un 1500% superior, en promedio, si comparamos con la ropa del barrio del Brás, en São Paulo, lo que se traduce en una calidad inmensamente superior», afirma.

En cuanto a la integridad y protección de datos, la compañía es PCI Compliant a través de su plataforma de comercio electrónico, en asociación con Integrated Store y VTEX. También sigue la Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD) y valora la seguridad de la información, ya que, con cierta información, es posible realizar daños en diversos aspectos. Luiza comenta que la marca ya ha sido blanco de intentos de robo de sus canales de WhatsApp e Instagram, donde podrían ocurrir posibles estafas de personas que pasen por la marca.

La compañía también considera la retroalimentación y reacción de los clientes en las redes sociales como los principales indicadores de puntos de satisfacción y mejora. Esto incluye la espontaneidad del público, lo que ayuda a recopilar información y conocimientos sobre la mejor manera de servir y qué productos están realizando la felicidad de los clientes. Este retorno se produce principalmente por los medios

digitales, como Instagram, WhatsApp y Google Maps, seguidos por el correo electrónico.

Por otro lado, el feedback cara a cara de los clientes que visitaron el showroom tiene la expresión de la mirada y el tono en sus voces, lo que permite identificar mejor sus emociones. A su vez, la gestión de sugerencias y críticas se realiza por categorías, con servicio, producto y logística. La priorización se produce en los comentarios y críticas más recurrentes o que parecen ser más graves o urgentes.

Otro diferencial es que Mejor promueve y fortalece, diariamente, a la comunidad LGBTQIA+ a través de sus redes sociales y acciones paralelas para que el mundo sea más libre e igual para todos. «Los retos van desde los prejuicios hasta los ataques en diversas perspectivas de una sociedad aún en evolución, pero lejos de ser ideal para toda la diversidad que hay en ella», enfatiza.

Luiza concluye que administrar la empresa de una manera que sea una organización que muestre respeto y pasión por sus clientes demuestra que la corporación tiene propósito, postura y visión, que son a largo plazo y que durarán liderando en su segmento durante mucho tiempo: «Esto ayuda a la marca a ganar más confianza de todos los lados, tanto de los proveedores como de los clientes y estilistas que buscan la marca para vestir a artistas y personalidades».



Meijor

www.meijor.com.br

contato@meijor.com.br

[@meijorofficial](#)

ONNERA CONTRACT CARIBE

Onnera Contract Caribe integra el Grupo Onnera, que reúne el sector empresarial internacional dedicado a aportar soluciones de equipamiento para la restauración, la lavandería y aplicaciones de frío. Dicho mercado involucra hoteles, restaurantes, hospitales- clínicas, fábricas, universidades, empresas de catering y centros de convenciones. Con 60 años de experiencia, la empresa cuenta con un gran equipo de soporte.

El director comercial latinoamericano, Francisco Ignacio Machado Montero, explica que la compañía ofrece más de 500 empleos directos e indirectos. Grupo

Onnera comercializa sus productos en los cinco continentes, cuenta con nueve plantas de fabricación distribuidas estratégicamente por todo el mundo —España, Francia, Polonia y México— y más de 2200 profesionales capaces de ofrecer una amplia gama de soluciones adaptadas a cada mercado.

Además de los proyectos profesionales de cocina, restaurante y lavandería, el grupo también ofrece servicios integrales de mantenimiento, sostenibilidad y soluciones de eficiencia energética. Ya contando con soluciones de Salesforce en el Grupo, como Sales Cloud y Service Cloud, del de-





partamento de Transformación Digital, liderado por Ramón Gómez Ugalde, director corporativo de Grupo Onnera, la compañía decidió implementar Field Service en el Onnera Contract.

Según Francisco Machado, fue posible mejorar la calidad del servicio al cliente y confirmar que Salesforce es una plataforma para el futuro del enfoque tecnológico de la corporación. «Nos marcamos el objetivo de subir el nivel del alcance y la calidad del servicio que prestaba a sus clientes. Así fue como en febrero de 2020 se puso en marcha la solución, pasando de trabajar con hojas de cálculo a poder digitalizarlo todo mediante esta herramienta de Salesforce», comenta.

Dicho recurso le permite identificar cada una de las máquinas con su número de serie. Cuando se producen tres incidentes en la misma máquina en un corto período de tiempo, se activa automáticamente una alerta. Esta señal va directamente al gerente de servicio técnico para que pueda averiguar qué está sucediendo, anticipándose a las quejas de los clientes. «Nos adelantamos a estas posibles quejas e informamos al cliente en caso de que sea necesario modificar algo en esa máquina en con-

creto», comenta.

Francisco Machado señala que la implementación de Field Service es un proyecto vivo, que genera actualizaciones y lanza nuevas funcionalidades. Así, a partir de la próxima versión y en los casos en que sea posible, los técnicos podrán visualizar la información y reportarla desde sus terminales móviles en cualquier momento. El objetivo es ampliar el potencial del servicio de campo más allá del servicio postventa. «Queremos vincular todo el ciclo de vida del cliente con nosotros desde el momento en que se identifica una posible colaboración hasta la ejecución del proyecto, que termina dando soporte comercial», señala, señalando que, en el marco global del grupo, se utilizan las diferentes Clouds Sales Cloud, Service Cloud y Field Service y se adaptan a diferentes realidades, contextos y necesidades de cada mercado. En base a esto, todos los involucrados interactúan en un solo entorno, ya que Salesforce es una plataforma cohesiva que da coherencia a todos los procesos que Onnera tiene con sus clientes.

El director comercial también llama la atención sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Afirma que, a tra-

vés de esta agenda, se han identificado los principales desafíos enfrentados en el siglo 20. «En Onnera Contract Caribe, estamos convencidos que las empresas estamos obligadas a ser parte de la solución y que integrar el desarrollo social y económico bajo el equilibrio medioambiental, es la clave del futuro», menciona.

Francisco Machado comenta que la compañía hace hincapié en el empleo digno y de calidad, la seguridad y salud en el trabajo, la educación, el consumo responsable y la innovación, como palanca para la transición digital y verde y las iniciativas sociales y comunitarias. Por otro lado, la corporación también forma parte del Grupo Mondragón, la mayor corporación cooperativa del mundo, compuesta por más de 90 cooperativas, con más de 140 filiales presentes en los cinco continentes, organizadas en estas cuatro áreas de negocio: finanzas, industria, distribución y conocimiento.

El Grupo MONDRAGON cuenta con su propia universidad y 15 centros de I+D para nutrir de talento a las cooperativas y apoyar sus estrategias de innovación, y es internacionalmente reconocido como modelo de competitividad inclusiva. «En el Grupo MONDRAGON contamos con diversos mecanismos de Inter cooperación y solidaridad que nos hacen más resilientes y que van a ser fundamentales para abordar con éxito las transformaciones que vamos a tener que afrontar los próximos años», afirma.

Vinculado a estas iniciativas, Onnera Contract Caribe ha definido una Política de Sistema Integrado de Gestión, dentro de la cual se incluyen las políticas ambientales, de calidad, seguridad y salud ocupacional. Los objetivos establecidos en la política de medio ambiente son el uso de procesos, buenas prácticas, materiales o productos que eviten, reduzcan o controlen la contaminación y los riesgos, incluyendo el reciclaje, el tratamiento, la mejora de procesos, los mecanismos de control, el uso eficiente de los recursos, la sustitución de materiales, el fomento del consumo racional de energía y recursos naturales y la introducción de criterios ambientales y de seguridad laboral en los proyectos de productos.

En el área de Responsabilidad Social Corporativa, la empresa genera valor a través de la creación de productos atractivos, éticos y de calidad. En ello, ofrece un servicio integral basado en la excelencia y la escucha constante, a través de un modelo con cuatro pilares fundamentales. El primero es Salud y Seguridad, en el que la organización busca garantizar un ambiente de trabajo seguro



y crear una cultura de salud y seguridad que favorezca un rendimiento óptimo en el trabajo.

«Para ello, entre otras iniciativas, destacamos una Comisión mixta de Seguridad e Higiene, que tiene como objetivo investigar las causas de los accidentes y enfermedades, proponer medidas para prevenirlas y garantizar su cumplimiento, y una Política de Prevención de Riesgos Psicosociales, que tiene como objetivo establecer los elementos para identificar, analizar y prevenir los factores de riesgo psicosocial, la prevención de la violencia laboral y la promoción de un ambiente organizacional favorable, elevando así el nivel de bienestar y satisfacción de nuestros socios», explica.

Los otros pilares son Normas de Trabajo, en las que los empleados son el activo más valioso, lo que motiva el desarrollo de reglamentos internos, plan de igualdad y código de conducta; Medio ambiente, que introduce criterios ambientales en el diseño de productos y promueve el uso de procesos y materiales limpios; y Ética Empresarial. «Onnera Contract se encuentra comprometida con el desarrollo de su negocio dentro de los estándares de ética establecidos, para ello creamos y compartimos nuestra cultura ética con nuestros proveedores y nuestros clientes. De cara a nuestros proveedores hemos creado un código de conducta para comunicar estos valores y trabajar conjuntamente bajo estos estándares», resume.

Entre los proyectos con más protagonismo en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, se encuentra el apoyo a las comunidades donde la corporación está presente, lo cual es prioritario y sucede a través de la participación de los empleados. Francisco Machado comenta que la compañía realiza una serie de donaciones de equipos a diferentes instituciones y anima a los empleados a participar en la donación de juguetes y ropa a orfanatos, asociaciones de apoyo a niños con cáncer, voluntariado en residencias de atención social y apoyo a mujeres y sus hijos que sufren violencia familiar.

La seguridad de los datos se produce a través de un sistema de gestión de Cumplimiento, que incluye código de conducta, canal ético y comité de cumplimiento. Dicha implementación representa el compromiso de la compañía de mantener los más altos niveles éticos en el desempeño de quienes la integran. Asimismo, reconoce y otorga la importancia de las leyes de los países donde opera. «En este sentido la difusión del código toma un papel fundamental que todos debemos asumir, así como prevenir e informar cualquier violación al mismo, siguiendo las políticas correspondientes», cuenta, y concluye: «Una buena gestión es primordial para nuestra reputación corporativa ya que la percepción que los clientes y proveedores tengan influye en la decisión que los mismos tomen de acercarse o alejarse de nuestra marca».



DIRECCIÓN
ESTRATEGICA
nuevas ideas, líderes y negocios

...sin objetivos
no hay DIRECCIÓN

...sin ESTRATEGIA
no hay resultados

ABRITO CONSTRUÇÕES EIRELI

ABrito Construções Eireli es una organización enfocada en infraestructura para telecomunicaciones y enfocada en empresas brasileñas y extranjeras. Con sede propia en el estado de São Paulo, la empresa se especializa en el segmento de construcción e infraestructura de sitios web para telefonía móvil, Greenfields, Rooftop e intercambio de datos. Los proyectos cuentan con las tecnologías más avanzadas, lo que asegura la racionalización de los costos, la alta calidad de los materiales y los servicios.

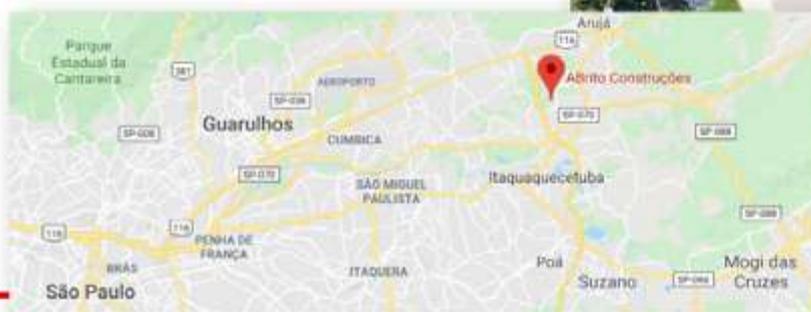
El director de la compañía, Amizon Souza de Brito, explica que las actividades comenzaron en septiembre de 2015 en un espacio improvisado en su propia re-

sidencia hasta la finalización de la oficina actual. A fines de ese mismo año, la corporación ya estaba ubicada en la actual dirección, donde ha realizado mejoras y agregado maquinaria y mobiliario para que todos trabajen de manera segura y con bienestar.

La dinámica del segmento presenta a los clientes diferentes necesidades e intereses. En consonancia con esta realidad, la corporación forma y mantiene un personal técnico experimentado, capacitado y motivado, siempre creando soluciones innovadoras para cada perfil, utilizando un tratamiento individualizado y económico, asegurando la rapidez y calidad que este tipo de construcción requiere.



Rua Manoel Ferreira dos Santos, 200,
Jd. Ipê, Itaquaquecetuba – SP





Nossa Fábrica



Amizon Souza comenta que, en la trayectoria de ABRITO, los mayores retos fueron conseguir un récord en empresas y demostrar que, aun siendo joven, la organización ya sumaba años de experiencia en el mercado y de obtener crédito de proveedores e instituciones bancarias. «Después de todo, acabamos de obtener nuestro CNPJ», recuerda. A su vez, estos obstáculos han llevado a la compañía a ser un referente, innovador y de excelencia, con una relevante participación global en las áreas en las que opera, operando de acuerdo con estándares socioambientales sostenibles para resolver las demandas del mercado y la sociedad.

La misión principal de la organización se centra en el desarrollo y suministro global de productos y servicios

de infraestructura competitivos, con un rendimiento y calidad superiores a la máxima satisfacción proporcional a los clientes, empleados, accionistas y sociedad, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país y promoviendo acciones de sostenibilidad en el entorno en el que opera. Para ello, se basa en los siguientes valores: ética en sus relaciones, creatividad con innovación, alta productividad y competitividad, responsabilidad social y medioambiental, inclusión social y bienestar colectivo con sostenibilidad, inclusión social y bienestar colectivo con sostenibilidad y promoción del desarrollo personal y profesional de los empleados.

ABrito cuenta con una estructura propia de supervisión de obras, con una flota de más de 20 vehículos, distri-

buidos por todo el territorio nacional. El equipo está compuesto por profesionales calificados y especializados en el segmento de obras de infraestructura para Telecomunicaciones, dotados de todas las EPIs y herramientas adecuadas a cada necesidad.

Para ello, el área de Calidad está constantemente mejorando y perfeccionando las competencias de los equipos, con entrenamientos y formación específica para los empleados. Amizon Souza señala que la compañía también cuenta con un programa de Calidad implementado y certificado NBR ISO 9001. «Estamos implementando la ISO 45001, que todavía está en el proceso final de certificación», comenta.

En referencia a la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ABrito destaca que, para un futuro mejor para las generaciones futuras, se necesita una visión más racional con la cadena productiva. «Esto, alineado al Ecosistema de nuestro planeta», señala. Como acción práctica, la organización cuenta con programas de cuidado ambiental, incluyendo una empresa Carbon Free. «Las emisiones de dióxido de carbono (Co²) da ABrito se neutralizan con la siembra de árboles nativos en la región de la Mata Atlántica», comenta Amizon Souza.

Respecto a las iniciativas de responsabilidad social corporativa, por medio del programa ABrito do Bem, la compañía apoya a varias instituciones sin fines de lucro. Entre los proyectos que ganan prominencia, se encuentran las distribuciones mensuales de canastas básicas en la comunidad Jardim Ipê y los aportes mensuales a las instituciones Casa da Criança, APAE, Lar São Vicente de Paula, CRAACC, Fundação Abrinq y Amigos do Bem.

El director también llama la atención sobre el aporte de la compañía a sus clientes, que siempre buscan servir con calidad y agilidad, posibilitando y promoviendo la satisfacción en el resultado del proyecto final. «Buscamos mantener nuestra firme asociación con clientes y proveedores con una base sólida de empleados y proveedores», menciona.

Asimismo, Amizon Souza cree que la marca ABrito, combinada con la calidad, es lo que ha guiado la corporación hasta el día de hoy. Por esta razón, hay un gran celo por la reputación. «Hemos construido una relación sólida en el mercado en el que operamos. Nuestra principal estrategia es entregar la calidad de nuestros productos y servicios. El gran desafío se debe a la capilaridad en la realización de obras en un país con dimensiones continentales como Brasil», concluye.





Somos una empresa innovadora especializada en
Medio Ambiente, Seguridad Industrial, Seguridad de
Procesos y Eficiencia Energética.



www.seboing.com

Soluciones integrales de ingeniería, mediante el asesoramiento y
consultoría en todos nuestros servicios

 Info@seboing.com

 71288678

ALH CONSULTORIA E CORRETORA EM PLANOS DE SAÚDE LTDA

Con asistencia a personas físicas y jurídicas, ALH Consultoria e Corretora em Planos de Saúde LTDA trabaja con consultorías en seguros de salud y/o dentales. Ubicada en el estado de São Paulo, la organización inició sus actividades en 2015 con la prestación de servicios a otras plataformas de su rubro, con el fin de mejorar el conocimiento sobre los seguros de salud y odontología para el mayor número de personas. Al año siguiente, lanzó su propia plataforma.

El director Vanderlei Soares señala que la corporación trabaja en un nicho muy importante, que es la salud y el bienestar de cada persona. La atención se centra en un servicio personalizado en el que es posible

identificar y comprender la necesidad del cliente y, con ello, prestar el mejor servicio en función de costos y beneficios. Para ello, un equipo autorizado de consultores realiza las llamadas online. De acorde a la necesidad que se presente, la visita puede ser personal, para que se identifiquen las demandas.

La compañía considera a las personas como su mayor activo. Por ello, servir de forma humanizada es una tradición en ALH Consultoria, ya que dedica atención y respeto a los clientes por creer y valorar al ser humano. Además, invierte y fomenta a sus empleados y mantiene la integración y la armonía con sus socios. «Satisfacer las necesidades de nuestros clientes es más





que una obligación, es la gran misión de ALH Consultoria», dijo.

Para ello, una serie de valores promueve relaciones sanas y duraderas y pasa por la transparencia en los procesos, la agilidad, el compromiso, la iniciativa, la colaboración y el trabajo en equipo. Estas pautas guían la conducta de la organización con los socios, los clientes y la sociedad, convirtiéndose en los pilares que sustentan las relaciones.

Vanderlei Soares comenta que la excelencia está presente en todas las fases y procesos. Para ello, un proyecto de Calidad Total impregna todas las acciones con pautas específicas. Una de ellas es que todos los empleados se esfuerzan por mejorar continuamente sus conocimientos sobre los productos, servicios y procesos allí desarrollados, buscando siempre una mayor satisfacción del cliente.

«Como dice la fundadora de ALH Consultoria, Alessandra Rosa Gonçalves, no trabajamos con algo “palpable”. Y, pensándolo bien, los procesos y la organización son fundamentales para que el cliente se sienta seguro y cómodo para elegir un producto que hará su uso con el paso del tiempo», subraya.

También llama la atención sobre la visión de la compañía para los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tomadas como acciones y políticas tomadas para actuar conscientemente, es decir, todo el proceso que implica la gestión sostenible del negocio, con el objetivo de minimizar los impactos ambientales y sociales del desempeño de la empresa. En este contexto, ALH Consultoria trabaja por el medio ambiente, utilizando vasos de vidrio, tazas y no desechables; ahorro de papel, optando por documentos digitales y reduciendo al máximo las impresiones, el agua y la energía,

con el apagado de equipos donde no hay necesidad de permanecer conectados fuera de horario; y uso de equipo económico.

En el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, se relaciona una iniciativa con la ciudad de Guarulhos, en el estado de São Paulo, con mujeres víctimas de violencia doméstica. Según Vanderlei Soares, el mayor desafío es comprender a estas personas y tratar de volver a ponerlas en el mercado laboral. Comenta que algunas mujeres dependen de otras personas o de la escuela completa para dejar a sus hijos, reduciendo las posibilidades de efectividad. «Comprendimos, entonces, que debíamos ayudar de alguna manera, y fue entonces cuando ALH Consulting presentó la Acción Humanitaria, en la que se hace 1 kg de alimentos no perecederos a cada propuesta implementada desde un plan de salud con ALH Consultoria», explica.

El director señala que la Responsabilidad Social Corporativa más importante en ALH Consulting es la práctica de valores, ya que el propio nombre ya dice, A – Alteridad, saber ponerse en el lugar del otro y, con ello, aportar transparencia, L – Liderazgo y lealtad y H – Humanismo, que guiará a la empresa en la construcción de una sociedad más igualitaria.

A través de un programa de Compliance, la empresa se basa en la evaluación de riesgos, código de conducta y políticas, controles internos, capacitación y comunicación, canales de reporte e investigaciones internas, junto con auditorías en procesos internos y externos.

«A su vez, los principales desafíos son las investigaciones y lidiar con la capacidad de los seres humanos para “eludir” la información y los procesos», dice.

Vanderlei Soares también señala que la gestión es la esencia de ALH Consultoria, ya que sin ella no habría una excelente reputación, que fue, es y sigue construyéndose sobre relaciones sólidas. «Por lo tanto, la reputación de ALH Consultoria significa que realmente cumplimos con todo lo que prometemos», dice, destacando las encuestas a los clientes y otras estrategias que promueven una mayor conexión con el público. «La estrategia que utiliza ALH Consultoria es siempre entender la necesidad de sus clientes y ofrecer lo mejor del mercado de seguros de salud y dentales junto con un servicio con excelencia», concluye.



Escanea aquí



ANIMAL PHARM

Empresa peruana sinónimo de solución integral y compromiso con la industria pecuaria; cuenta con un portafolio completo de soluciones en Salud, Nutrición, Bioseguridad y Tecnología pecuaria con marcas líderes y reconocidas a nivel global.



Strategic Partner



+51 989 107 828

apharmperu.com

[animalpharmperu](https://www.instagram.com/animalpharmperu)

#AvanzandoJuntos

CÂMARA DE DEPUTADOS DA REPÚBLICA DOMINICANA

Desde la concepción del Estado en 1844, en República Dominicana, el Poder Legislativo es ejercido en nombre del pueblo por el Congreso Nacional que está conformado por el Senado de la República y la Cámara de Diputados cuyos representantes son escogidos por voto directo y su mandato dura cuatro años. La misión de la Cámara de Diputados es ejercer, en nombre del pueblo, las atribuciones que en materia de representación, legislación, fiscalización y control le confiere la Constitución de la República Dominicana.

Ciento noventa diputados forman la Cámara y se distribuyen de la siguiente manera: 178 diputados y diputadas elegidos por circunscripción territorial en representación del Distrito Nacional y las provincias, en proporción de la densidad poblacional de cada una de estas, sin que

nunca puedan ser menos de dos; 5 diputados o diputadas elegidos a nivel nacional por acumulación de votos preferiblemente de partidos o alianzas que hubiesen alcanzado no menos del uno por ciento de los votos válidos; e 7 diputados en representación de la comunidad dominicana en el exterior, elegidos en la forma y distribución que indica la ley.

El Director de Recursos Humanos, Darwin Ovalles, explica que la ISO 9001:2015 es el estándar internacional de carácter certificable que regula los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC). La serie de normas ISO 9000 promueven la adopción de un enfoque basado en procesos y es una certificación con la que cuentan. Se han implementados otros programas de Calidad en el área de la cocina. «Estamos certificados por el Instituto Dominicana de la Calidad





(INDOCAL) para de esa manera asegurar la calidad de los alimentos brindados a todo nuestro personal. Para eso hicimos un levantamiento de necesidades de mejora y capacitamos a todo el personal de la cocina con la compañía «Cocina Verify», cuenta.

Asimismo, señala que el Marco Común de Evaluación (CAF, por sus siglas en inglés) es una Metodología de Evaluación para el mejoramiento de la calidad en las Administraciones públicas, inspirada en el Modelo de excelencia de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), adoptado por el Ministerio de Administración Pública, con la finalidad de proporcionar a las organizaciones del sector público dominicano una herramienta común para aplicar técnicas de gestión de calidad en su administración.

Con ello, es posible autoevaluarse usando la herramienta Guía CAF, con la que identifican sus puntos fuerte y áreas

de mejoras; a su vez les ayuda a elaborar un Plan de Mejora, otra herramienta del modelo, que es un conjunto de acciones que se aplican para eliminar esas áreas de mejoras encontradas en el autodiagnóstico.

La Cámara está plenamente comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para ello, se llevaron a cabo una serie de actividades relacionadas con el fortalecimiento y consecución de estos objetivos, como, por ejemplo, la readecuación de espacios físicos, mejorando y creando accesos y rampas que facilitan el ingreso a la Institución de todos los ciudadanos.

A través de la Dirección de Comisiones, se ha aplicado la Ecoeficiencia, reduciendo el consumo de papel y plástico de manera interna: «Las iniciativas y resoluciones se trabajan y socializan a los legisladores de manera digital, se realizan charlas de concienciación en las 41 Comisiones Permanentes y las distin-

tas áreas de la institución, reduciendo el uso de botellas plásticas de aguas y reutilizando las consumidas en manualidades y adornos que se exhiben en la institución», comenta el director.

Aún entre otras iniciativas, se han establecido las Comisiones Permanentes de Asuntos de Equidad de Género, Desarrollo Humano, Derechos Humanos, Justicia, Juventud, Educación, Medio Ambiente, Niñez, Adolescencia y Familia, Salud, Seguridad Social y Tecnología de la Información y Comunicación, todas compuestas por Legisladores de esta Cámara, quienes velan por el cumplimiento de los compromisos asumidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo, a través de los distintos Proyectos, Resoluciones, e Iniciativas de las que son apoderados.

En el área ambiental, la institución desarrolla un programa de reciclaje para todos los desechos plásticos de la institución. «La empresa NUVI nos ha venido dando el apoyo y seguimiento de sensibilización a nuestros empleados con este tema, así como también la retirada de los desechos en el momento que sea pertinente. De nuestros desafíos principales fue la falta de conocimiento y conciencia de los empleados, no clasificaban la basura de manera correcta y había una cierta resistencia», cuenta, subrayando que con capacitaciones y un proceso de adaptación, han visto cambios positivos de conductas: «Se reciclan un aproximado de ocho mil botellitas plásticas de agua mensualmente».

En la parte de Responsabilidad Social Corporativa, la Cámara cuenta con el Programa de Asistencia y Bienestar Del Em-

pleado – PABE. El objetivo principal de este programa es promover el bienestar general de los colaboradores. EL PABE es un programa de asesoría psicológica, legal y financiera en forma personalizada a los colaboradores, don distintos componentes o líneas de trabajo, como asistencia legal; asistencia médica pediátrica para hijos/as de empleados; orientación nutricional; manejo de la economía familiar; apoyo emocional; prevención y manejo del estrés laboral; actividades deportivas; servicios médicos; educación continuada; gestión de la diversidad laboral. «Los resultados en este proyecto han sido muy favorables, hasta el momento tenemos cientos de solicitudes de empleados para asistencia médicas, asistencia legal y apoyo emocional», comenta el director.

A su vez, uno de los proyectos con mayor impacto en materia de Responsabilidad Social es el RD Incluye. Su principal objetivo es promover buenas prácticas y políticas públicas a favor de la población con discapacidad en el país. «Legislar a favor de la población con discapacidad, crear programas de participación donde las personas con discapacidad conozcan la labor de la Cámara de Diputados y se sientan parte de esta casa de la democracia y capacitar a nuestros empleados en materia de lenguaje de señas para propiciar una mejor atención a cualquier ciudadano son algunas de las acciones que comprende este proyecto», explica.

También está el programa Diputados por un Día, versión inclusiva, donde la institución recibe a la población con algún tipo de discapacidad y abre sus puertas para que estos ciudadanos conozcan la

Cámara y la labor legislativa, brindándole a ellos las herramientas de acceso en caso de alguna discapacidad motora, interpretando en lengua de señas en caso de que sean sordos y a través de audiovisuales. Además, se cuenta con la Constitución Dominicana en audio en su página web, y la tienen en físico, en método Braille. «Transmitimos nuestras sesiones en vivo para que toda la población pueda ver en acción al representante de su provincia y estas son traducidas simultáneamente en lengua de señas», aclara.

Asimismo, la Cámara busca la satisfacción de todos los clientes, que son los habitantes del país, por lo que cada proyecto de ley presentado representa una inquietud de alguna comunidad o grupo de interés. Se realizan vistas públicas para discutir los proyectos de ley y de esta manera tomar todas las opiniones en cuenta y ponderarlas.

El Centro de Representación, a su vez, trabaja de manera directa con los ciudadanos, ya que tiene la oportunidad de recibirlos para mostrarles las instalaciones del Congreso y también poder inte-

ractuar con los legisladores. Asimismo, se le da apoyo a la ciudadanía para que puedan reclamar sus derechos y dar sus inquietudes, y así poder participar en el proceso y en la elaboración de las iniciativas. Se brindan capacitaciones en las áreas constitucionales a todos los ciudadanos, iniciativa que ha sido muy valorada. A nivel interno, la satisfacción de los clientes y proveedores es muy importante, con destaque al ambiente de Compras y Contrataciones, al que se exige el análisis técnico.

Darwin Ovalles hace hincapié en que una correcta gestión para la reputación institucional incide directamente en la valoración de los grupos de interés que el quehacer legislativo impacta, ayudará al cumplimiento de las leyes, a elevar el nivel de valoración y de representación de los actores directos (legisladores) y los representados (ciudadanos y habitantes del territorio nacional). «La buena gestión es fundamental para mantener la productividad, la eficacia y eficiencia de las ejecutorias institucionales, el clima de armonía entre los actores con niveles de decisión a lo interno de la institución», concluye.





CÁMARA DE DIPUTADOS

¡Somos el primer Poder del Estado!

NIKKEN

Presente en Norteamérica, Latinoamérica y Europa, NIKKEN es una empresa cuyo nicho de mercado son los hogares de cada país. Las actividades se centran en la sensibilización de las familias para contribuir a la salud, el bienestar económico y ambiental.

NIKKEN fue fundada hace 46 años en Japón por Isamu Masuda, quien, inspirado en los baños japoneses (Ofuros), diseñó las primeras plantillas magnéticas que proporcionan relajación al cuerpo. concibió un invento que relajaría y energizaría a millones de personas que padecían uno de los problemas más comunes de los seres humanos: dolor de pies y la fatiga que

esto provoca en el resto del cuerpo. Con base en esta forma de pensar, NIKKEN establece su misión y filosofía para desarrollar productos que combinan conocimientos naturales y elementales para la vida, así como la tecnología más avanzada disponible para el bienestar inspirada en la naturaleza.

NIKKEN fue creada para ofrecer a todas las personas una forma de vivir mejor. Para ello crea productos que, de forma sencilla, se incorporan en la vida cotidiana sin esfuerzo alguno. Igualmente, NIKKEN ofrece la posibilidad de poner en marcha un modelo de economía moderna, colaborativa e inteligente que puede comen-



zar cualquier persona. Bajo el concepto de bienestar como factor fundamental para lograr una vida feliz, se visualizó una compañía que apoya a las personas a alcanzar y llevar una vida en equilibrio, en los cinco pilares del bienestar: mente, cuerpo, familia, finanzas y sociedad.

El concepto Kenko —salud en japonés— es posible gracias a una idea creada por NIKKEN como el bienestar total. En lugar de seguir el enfoque tradicional de la medicina occidental, que se concentra en curar la enfermedad, el modelo NIKKEN trabaja y desarrolla la filosofía de prevención, evitar la enfermedad en lugar de curarla a través del vínculo que tenemos en nuestro día a día con las 5 fuentes vitales de energía: aire, agua, luz, descanso y nutrición.

En 1984 el Sr. Toshizo Watanabe se unió a NIKKEN como su director de capacitación, dirigió la formación de la filial estadounidense en 1989 y en 1992 se convirtió en presidente de NIKKEN Norte América. Supervisó la expansión de la empresa en otras naciones y en enero de 1999 se convirtió en presidente y CEO de las operaciones mundiales de NIKKEN. En 1993 NIKKEN inició operaciones en México, el primer país de habla hispana y en 1996 la compañía empezó operaciones en Europa.

Actualmente, NIKKEN tiene presencia en 19 países en el mundo: Japón, Norteamérica, Canadá, Latinoamérica y Europa. Desde el 2003 NIKKEN comenzó una expansión con una gran visión en Latinoamérica liderada por el Sr. Luis Kasuga, hoy CEO y presidente mundial y el Sr. Gustavo Adolfo Gómez Álvarez, hoy director para NIKKEN Latinoamérica. Juntos lideran la visión 2025 que, a través de

un propósito transformador, invita a las personas a mejorar su calidad de vida y a desarrollar conceptos de sustentabilidad para la humanidad, donde las decisiones de crecimiento e impacto se basen en un bienestar que contribuya a la sociedad, la economía y medio ambiente

Según cuenta Gustavo Gómez, en NIKKEN, la Calidad Total se promueve a través de cada una de las acciones del ejercicio empresarial, las cuales se basan en buenas prácticas corporativas, mejora continua de procesos y responsabilidad social. Las raíces y cimientos de NIKKEN están basados en la cultura japonesa en la cual el respeto por el ser humano se encuentra en todo lo que se hace y sus estándares se basan en ese criterio. «La ética y la responsabilidad social son parte de la esencia y la cultura organizacional.

“Promovemos la filosofía de ser mejores seres humanos y contamos con un seminario con este nombre el cual promovemos con nuestros colaboradores y asociados”, explica.

NIKKEN es un actor importante dentro de Objetivos de Desarrollo Sostenible, dado que, en sus presentaciones, siempre lo incluyen y lo promueven con el fin de generar una mayor consciencia del aporte individual y de la compañía. Específicamente, NIKKEN aporta con mayor fuerza en el objetivo 3 de salud y bienestar. «A través de su concepto de bienestar, genera oportunidades a toda la población sin distinción y desarrolla sistemas de ingresos modernos que permitan el crecimiento económico de las familias además del beneficio de salud. NIKKEN aporta en el crecimiento sostenible buscando una buena relación con la naturaleza y entrenando a las familias

transformación interna hacia la innovación y la cocreación. Para ello, cuenta con un equipo que está enfocado en mantener la dinámica de mejora continua y la reducción de los riesgos basados en un compromiso ético de la organización y de las personas con el cumplimiento de las normas legales y las políticas y procedimientos establecidos. NIKKEN tiene indicadores definidos que permiten medir y tomar acciones, además de un plan de auditoría interna que permite mantener este concepto dentro de la cultura organizacional.

También destaca que no hay mayor alegría que escuchar las experiencias de uso de sus productos y ver como las personas adquieren comportamientos que les aportan a mejorar su salud. A través de la comunidad NIKKEN, es posible encontrar muchas personas que han dedicado su tiempo a compartir, asesorar y transmitir estos conceptos de bienestar y ese trabajo les ha permitido impactar a miles de personas en diferentes países en el mundo. Los proveedores de NIKKEN son socios que aportan muchísimo en el desarrollo de nuevos productos e implementación de tecnologías para el bienestar.

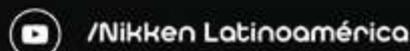
Asimismo, las decisiones para el desarrollo de producto son basadas en la necesidad del cliente, en el bienestar social, económico y ambiental. Todas las decisiones de NIKKEN respetan y aplican las leyes que rigen en cada país. «El mejor concepto de economía moderna promueve que la cadena de abastecimien-

to sea lo más cercana posible al consumidor final y se optimicen los recursos y riesgos que genera el desarrollo de cualquier negocio. Tener una compañía que cumpla 46 años promoviendo productos de bienestar que mantienen un concepto sostenible en el aporte a la sociedad y en el uso de recursos sin afectar el bienestar de las futuras generaciones, hace posible continuar aportando para que miles de personas alrededor del mundo descubran cómo vivir en balance y en armonía con la naturaleza», explica.





Acompaña la evolución de
**LA COMUNIDAD DE BIENESTAR
MAS GRANDE DEL MUNDO**
hacia el futuro



CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DO AMAZONAS

El Centro de Educación Tecnológica de Amazonas (Cetam), creado por la Ley N° 2.816, de 24 de julio de 2003, es una autoridad estatal integral de la Administración Indirecta del Poder Ejecutivo, con personalidad jurídica de derecho público, con sede administrativa en la ciudad de Manaus y jurisdicción en todo el territorio de Amazonas, Brasil.

El objetivo principal de la organización es implementar directamente políticas públicas de educación profesional, articuladas con otras políticas laborales, emprendimiento, empleo, desarrollo sostenible y ciudadanía activa, a través de la impartición de cursos de inclusión digital, calificación profesional, educación profesional técnica de nivel medio, especialización profesional técnica y educación profesio-

nal tecnológica, dirigida a jóvenes y adultos, proporcionándoles la ampliación de oportunidades de inserción en el mundo laboral y la mejora de la calidad de vida.

El director general, profesor José Augusto de Melo Neto, señala que la misión del municipio es promover, en el Estado de Amazonas, la Educación Profesional Tecnológica, a través de la enseñanza y la innovación tecnológica, articuladas a las políticas públicas gubernamentales de generación de empleo e ingresos, orientadas al desarrollo humano y regional.

Los cursos que ofrece Cetam están dirigidos a jóvenes, a partir de 16 años, y adultos que demandan ingreso o retorno al mercado laboral. También llegan a quienes buscan oportunidades para desarrollar





habilidades técnicas orientadas a la rápida generación de ingresos, a partir del trabajo autónomo o la microempresa. Las ofertas se distribuyen en 11 ejes tecnológicos, totalizando 81 cursos técnicos y 54 especializaciones técnicas de nivel medio. Del total de 135 cursos, hay cinco nuevas posibilidades formativas: Gastronomía; Multimedia; Petróleo y Gas; Sistemas de Energía Renovable; y Veterinaria. También son conocidas las conocidas formaciones técnicas orientadas a la educación profesional indígena.

Los 11 ejes tecnológicos son: Medio Ambiente y Salud, Control y Procesos Industriales, Desarrollo Educativo y Social, Gestión y Negocios, Información y Comunicación, Infraestructura, Producción y Diseño Cultural, Producción Industrial, Recursos Naturales, Seguridad, Turismo, Hostelería y Ocio. «De esta manera, el Centro de Educación Tecnológica de Amazonas tiene como objetivo atender la diversidad del mercado laboral y también las características regionales observadas en los municipios del Es-

tado de Amazonas», comenta el Dr. José Augusto de Melo.

También destaca los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y llama la atención sobre la preocupación de Cetam por la diversidad y la sostenibilidad. «La pluralidad se ha hecho posible en la educación profesional y la innovación real está en los procesos cambiantes. En las nuevas posibilidades formativas, como la oferta del curso sobre Sistemas de Energías Renovables, entre otras, hay una preocupación por la sostenibilidad», señala.

La actual dirección del Cetam entiende que la oferta de Educación Profesional es una estrategia importante para el equilibrio económico, social y ambiental de la Amazonía y considera que constituye un instrumento relevante de ciudadanía para la generación de empleabilidad, emprendimiento e ingresos a la población, que se ubica tanto en la capital como en el interior del Estado. «Por lo tanto, el servicio público prestado por

este municipio contribuye efectivamente al logro de las metas de los ODS», afirma el director general.

En el campo de la Responsabilidad Social Corporativa, Cetam, a través de la Extensión y Servicios Comunitarios, promueve el conocimiento y la interactividad dentro y fuera del entorno escolar, a través de proyectos y programas que involucran a docentes, estudiantes y la comunidad. Es un servicio que se da en eventos y acciones sociales, solicitado por organizaciones sociales, organismos gubernamentales o empresas. Los servicios están disponibles para prestar atención a las solicitudes recibidas, fortaleciendo así el compromiso de los servidores involucrados y el canal de comunicación entre Cetam y la comunidad. Además, mantiene alianzas para programas dirigidos a demandas sociales, como el Soldado Ciudadano, quien tiene la misión de calificar profesionalmente a los reclutas que prestan el Servicio Militar, complementar su formación cívico-ciudadana y facilitar su ingreso al mercado laboral, luego del periodo obligatorio con las Fuerzas Armadas.

Asimismo, el proyecto Cetam en el Tercer Sector se desarrolla a través de alianzas con instituciones no gubernamentales que forman parte del Tercer Sector. En este sentido, se ofrecen cursos de cualificación profesional designados como punto de partida para el ingreso al mercado laboral, permitiendo al individuo trabajar en un área de conocimiento determinada de acuerdo con la necesidad del solicitante. Los cursos se llevan a cabo en el entorno de las instituciones asociadas.

En el programa Bolsa Verde, el público atendido son personas que viven en áreas de preservación ambiental vinculadas a ICMBio. Los cursos están dirigidos a la formación de mano de obra especializada en actividades sostenibles que contribuyan a la generación de empleo y preservación del bosque. La iniciativa se financia con recursos del Ministerio de Medio Ambiente y el Ministerio de Educación.

En Mulheres Mil, el público afectado son mujeres en situación de vulnerabilidad social vinculadas al Centro Estatal de Referencia y Apoyo a la Mujer — CREAM. El ob-



jetivo es promover la formación profesional y tecnológica articulada con una mayor educación de las mujeres en situación de vulnerabilidad social, especialmente en las regiones Norte y Nordeste del país. Y la Cárcel es un proyecto que incluye a personas privadas de libertad, egresados del sistema penitenciario, en cumplimiento de alternativas penales, restrictivas de ley o medidas cautelares, y también a sus respectivos familiares. Los cursos se ofrecerán en persona dentro del Sistema Penitenciario y en lugares elegidos en asociación con el Departamento de Administración Penitenciaria del Estado.

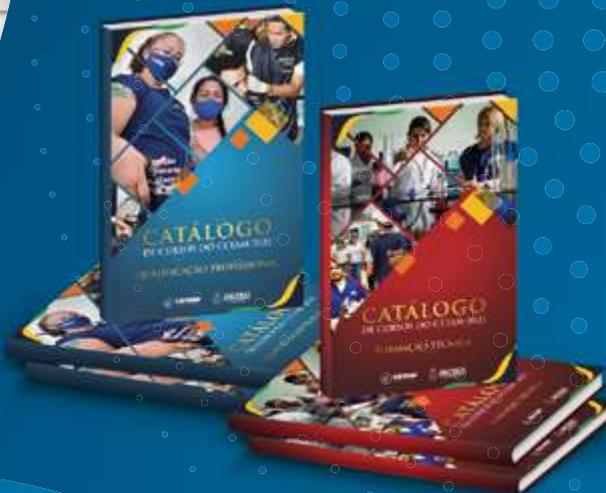
El Dr. José Augusto de Melo comenta que, respecto a la seguridad de los datos, se implementó el sector de control interno, además del monitoreo por parte de los miembros de la Asesoría Estratégica en los procesos sectoriales. «Realizamos capacitación, orientación y ajustes en etapas procesales. Hubo una aproximación del Comptle General del Estado, que dio como resultado la certificación sin precedentes del Cetam en relación con la conformidad de nuestros procesos», explica, señalando que la adopción del nuevo sistema de gestión de procesos — SIGED racionalizó las acciones administrativas y pedagógicas, permitiendo la formalización de cualquier y toda acción o demanda propia al Municipio, dando la posibilidad, además, de un mejor seguimiento procesal.

Para satisfacción de los grupos de interés, Cetam planifica sus estrategias considerando las especificidades culturales, geográficas, logísticas, sociales, económicas y étnicas. La ejecución de su plan estratégico es fundamental para el proceso de

avance de la oferta de cursos, posibilitando los niveles de crecimiento necesarios para satisfacer las necesidades del Estado de Amazonas.

El Director General subraya que la gestión pública, en primer lugar, debe orientar sus acciones respetando principalmente los principios administrativos, desempeñando sus funciones con la técnica, el instrumento y la conducta adecuados. «En este sentido, la actual dirección del Cetam ha venido buscando alcanzar sus metas educativas, promoviendo el cuidado en diversos segmentos de la sociedad, con acciones específicas orientadas a la diversidad, la pluralidad cultural, la inclusión social de las personas y la generación de empleo e ingresos, respetando las vocaciones económicas de cada municipio del Estado de Amazonas y requiriendo la adopción de estrategias diferenciadas para implementar la política de educación profesional tecnológica», concluye.





Aponte a
câmera para
o QR Code



Educação Profissional para todo o Amazonas

O **Centro de Educação Tecnológica do Amazonas (Cetam)** existe há 18 anos, completados em 24 de julho de 2021. Faz parte da vida da população amazonense de forma positiva e acumula mais de um milhão de vagas ofertadas em cursos de qualificação profissional e formação técnica. Durante esse período tem levado educação a alunos da capital e de 61 cidades do interior do Estado, de forma gratuita.

Qualifica mão de obra e gera trabalho e renda. E, sempre pensando na qualificação e crescimento profissional de seus alunos, a cada ano aumenta a quantidade de cursos e oferta de vagas. Hoje, o catálogo do Cetam reúne 411 diferentes opções de cursos, somando os técnicos, de qualificação profissional, especializações técnicas e de Ensino a Distância (EaD).

Os cursos são divididos por eixos, 11 no total, com o intuito de atender públicos diversos: Eixo Tecnológico Ambiente e Saúde, Eixo Tecnológico Controle e Processos Industriais, dentre outros. No Cetam, o aluno encontra desde o curso Técnico em Enfermagem, por exemplo, até aulas de Maquiagem, Corte e costura e Aromaterapia.



cetam.am.gov.br



[cetam.amazonas](https://www.instagram.com/cetam.amazonas)



[cetam_amazonas](https://twitter.com/cetam_amazonas)



[Cetam Amazonas](https://www.youtube.com/CetamAmazonas)

Avenida Pedro Teixeira, 2354, Dom Pedro I,
Manaus, AM, Brasil. CEP 69040-000
+55 92 2126-7444 | ascom@cetam.am.gov.br

MARBRASA MÁRMORES E GRANITOS DO BRASIL AS

Marbrasa Mármores e Granitos do Brasil es una empresa enfocada en la extracción y procesamiento de rocas ornamentales. Icónica y reconocida por hacer mucho más que la comercialización de rocas, la organización es pionera en el segmento y, desde hace más de 50 años, inspira a las personas a disfrutar de las riquezas que ofrece la naturaleza, con calidad en la entrega de productos y servicios.

Fundada por Camilo Cola, la empresa también es un referente para crear también tendencias y generar nuevos comportamientos, combinando la selección, extracción y fabricación de productos de calidad, con inversiones en procesos propios, tecnología y depósitos, para que sus clientes puedan disfrutar de lo mejor de la vida con las más bellas rocas ornamentales.

Con servicio al mercado nacional y extranjero, Marbrasa vende en todos los continentes, siendo reconocida por la belleza, exclusividad, originalidad y alto estándar de calidad de sus materiales. Esto es consecuencia de las inversiones en tecnología de punta y adquisición de depósitos propios, pero principalmente por respeto y compromiso con el medio ambiente, empleados, aliados y clientes.

La directora, Andrea Correia Cola, recuerda que al inicio de las actividades todo era muy difícil, las condiciones eran precarias y la tecnología disponible era extremadamente costosa. Hoy en día, el éxito del producto ofrecido puede tener la misma calidad del país que siempre ha sido referencia, Italia. «¡La tecnología es accesible!», comenta.



Con esto, la compañía pretende aumentar la productividad a través de inversiones en la mejora continua de procesos administrativos, comerciales, industriales y colaborativos, para ser reconocida en los cinco continentes como una referencia en rocas ornamentales brasileñas. Para ello, valora la calidad, la transparencia, el compromiso, el entusiasmo, la organización y el respeto.

Para mantener la calidad en todos los procesos, Andrea señala que la empresa ya ha implementado el programa ISO 9001. «La agenda es tener un producto de calidad y una postventa activa y efectiva. El principal reto es ir de la mano con los criterios ESG, de manera eficiente y lograr un resultado positivo en todos los aspectos de esta área», comenta.

Asimismo, señala que la búsqueda por alcanzar los objetivos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) está en el «ADN de la empresa», una característica que deja claro que el desarrollo de la corporación debe ir de la mano de todos los aspectos ESG.

La empresa cuenta con varios proyectos de cuidado del medio ambiente. Algunos programas tienen medición de impacto, como, por ejemplo, Ecosolo, de eliminación de desechos. La iniciativa fue implementada como una solución para la destinación de los desechos generados por la Mina Negra São Gabriel e idealizada por Marbrasa. Este proyecto, en el que se utiliza polvo de piedra en la agricultura, ha demostrado pruebas y un protocolo adecuado con IEMA. En esto, el polvo de piedra demostró ser un acelerador potencial de los cultivos probados. Con este fin, se invirtieron más de medio millón de reales, lo que ayudó a minimizar significativamente los im-

pactos ambientales.

En la Reserva Ambiental Camilo Cola, se evalúa y monitorea la biodiversidad a través de levantamientos de fauna vertebrada terrestre, con el objetivo de inventariar la diversidad de vertebrados terrestres existentes en la zona; entomofauna terrestre, que inventaría la diversidad de insectos terrestres en la reserva ambiental y compatibiliza la diversidad de insectos en reforestación de diferentes edades de la reserva. La iniciativa se lleva a cabo en asociación con la Universidad Federal de Espírito Santo.

También en este contexto, la ecología vegetal tiene como objetivo inventariar la diversidad de plantas terrestres existentes en la zona, para conocer los procesos ecológicos y la dinámica forestal del sitio. Por último, el monitoreo de la fauna terrestre controla la reserva ambiental.

Marbrasa también se vuelca en la educación ambiental, con el Proyecto Trilhas Ecológicas - Bosque das Sapucaias. El objetivo es permitir la visita de senderos ecológicos en el área de la Reserva Ambiental Camilo Cola. Según Andrea, actualmente, la empresa implementa el Bosque de las Sapucaias, un área con una gran cantidad de dicha especie.

En el Proyecto Escuela y Comunidad en el Bosque, la atención se centra en la sensibilización de las comunidades locales y las escuelas sobre la importancia de los bosques. Para ello, se realizan visitas en la zona con estos públicos y se trabajaron temas relacionados. En el Proyecto Marbrasa en el Bosque, la atención se centra en acercar a los empleados de la empresa a los temas ambientales, con visitas y actividades de educación ambiental.

La parte de Restauración Forestal evidencia el proyecto Sementes Raras, que recolecta semillas de especies arbóreas nativas existentes en el área de la Reserva Ambiental para su uso en acciones de restauración forestal, a través de la producción de plántulas, con fines no comerciales y disponibilidad de semillas para siembra directa en áreas de reserva y otras propiedades.

En el área de Responsabilidad Social Corporativa, la empresa cuenta con varios programas y algunos en fase de implementación. Guiados por acciones ESG, en la parte ambiental, está la Reserva Ecológica Camilo Cola, los proyectos Preservação e Recuperação Ambiental; Reserva Maria Ortiz; y Coleta Seletiva de Resíduos e Lixo Eletrônico. En el aspecto social, las iniciativas forman parte de Rochativa, proyecto que apoya a 120 niños; Kit Bebê, que involucra a empleados y esposas de empleados de Marbrasa; Gpaci, Casa de Apoio ao Câncer; Messes (Movimiento Empre-

sarial del Sur del Espírito Santo); y APAE, con donaciones de computadoras y auspicios. Em el área de Gobernanza, la empresa cuenta con Programa de Sustentabilidade Evolucionar, Gestão e Sucessão; LGPD, con protección de datos; e Conexão Marbrasa, con periódico interno.

«Trabajamos y gestionamos nuestros riesgos en todas las áreas de la empresa, producción, suministro y ventas. Nuestro principal desafío está en la flexibilidad de alguna regla. Saber cuándo flexibilizarlo es lo más difícil, porque somos muy fieles a las reglas», enfatiza. La directora también señala que la organización mantiene una política de trabajo transparente y reglas bien definidas, lo que facilita las relaciones entre la empresa y los grupos de interés. El principal reto es la educación y una buena comprensión de las reglas para que no sea una imposición de la empresa, sino la percepción de la necesidad de éxito. «Construimos relaciones sólidas».



das de confianza con transparencia. Cada opinión es muy importante para que evolucionemos, y todos los problemas a los que nos enfrentamos son oportunidades de mejora y puntos de atención», explica.

El directivo concluye que el diferencial de la empresa consiste en un equipo que «lo hace realidad», fortaleciendo cada vez más la marca y reforzando los valores de la corporación y los productos en el mercado.



MÁRMORES
MARBLES

GRANITO EL BOSQUE (GRANITE WOOD)



GRANITO CLÁSICO ENYGLANTE



CRYSTAL ICE



EMPERADOR



GRANITO CROMADO (CROMADO GRANITE)



PERLA



EXÓTICOS
EXOTICS

ROSA MARINO



SAFIR



EMERALD ISLA



SAFIR WHITE



CLÁSICOS
CLASSICS

GRANITO MARINO (GRANITE WOOD)



GRANITO LÁZARI (GRANITE WOOD)



FINCA



ARABIA DUNE BRUSH



GRANIPERLA



GRANITO CÉLESTE





Dra. Mikaeli Mendonça

É com muita gratidão que recebo a notícia de indicação pelos membros Quality Magazine - Latin American Quality Institute 2022.

A advogada Mikaeli Kezia de Mendonça Alves, formada em direito em 2015, com escritório na cidade de Jundiaí/SP, busca estabelecer parcerias de longo prazo: Tenho convicção de que o sucesso do nosso trabalho vem de laços de confiança desenvolvidos através de relações verdadeiras, transparentes e, acima de tudo, humanas. Meu maior propósito é conferir segurança jurídica para que os clientesousem em suas iniciativas, gerando desenvolvimento, em um ambiente jurídico ético e pacífico. Busco sempre atuar de forma ética.

O escritório presta assessoria em direito coletivo e individual, contencioso; ajuizamento de ações especiais, desenvolvimento de técnicas para prevenção de litígios; orientações práticas

trabalhistas, além da elaboração de pareceres técnico-procedimentais. Mikaeli Mendonça Advocacia e Consultoria Jurídica, também oferece consultoria presencial nos estabelecimentos, fábricas, visando a adoção de melhores procedimentos comportamentais, a fim de prevenir danos jurídicos onde parcelas significativas de conflitos são resolvidas sem que se precise chegar ao judiciário, poupando desgastes às partes.



Mikaeli Mendonça
ADVOGADA

Valores:

Tenho como valor, a promoção de serviços jurídicos de excelência, estabelecendo empatia pelo diálogo franco e leal com os clientes, vivenciando em um ambiente de trabalho motivante, que impõe reciclagem constantes e aprimoramento, com profissionais talentosos e vocacionados. Atuando com ética, pró-atividade e disciplina, com o foco no resultado desejado pelos clientes.



11 96938-6036

Av. 9 de Julho, 3405 - sala 402,
4º Andar, Centro, Jundiaí - SP
E-mail: mendoncaa.adv@gmail.com

CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS 'RENAISSANCE'

La Clínica de Especialidades Médicas Renaissance está presente en el mercado desde 2005 y se dedica a la Medicina Estética. Las mujeres forman parte de la mayoría del grupo de pacientes, representando el 90% del total, entre 32 y 48 años. Cada año, casi 10 000 pacientes nacionales y extranjeros son tratados, principalmente de América Latina y los Estados Unidos.

La gerente general, Dra. Gabriela Rodríguez Plaza explica que, entre los servicios brindados, se encuentran la depilación definitiva, Exilis 360, rinomodelación, aplicación de botox, rejuvenecimiento facial, además de procedimientos ambulatorios (cirugía menor): MELA láser (mini extrac-

ción lipídica ambulatoria), abdominoláser (abdominoplastia sin corte), mega filling mamario, glúteos voluptuosos, cintura de avispa, además de procedimientos de cirugía plástica, cirugía vascular, urología y rejuvenecimiento íntimo.

Con un equipo de 30 empleados directos y 200 indirectos, Renaissance integra un sistema de gestión de Calidad Total, en el que los procedimientos administrativos se documentan e implementan en todas las áreas. También en este contexto, un plan anual de calidad con indicadores se traduce en un servicio de excelencia al paciente, gracias a la mejora continua de equipos de última generación. En esto, el





principal desafío es la expansión a otras ciudades de Ecuador y una oficina central en los Estados Unidos.

El servicio de excelencia también está ligado a la observación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Desde 2018, la compañía ha definido su estrategia de sostenibilidad, adhiriéndose a cuatro de los 17 objetivos de esta agenda propuestos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el 2030. «Los cuatro compromisos que asumimos se enfocan en: Salud y Bienestar (ODS 3), Producción y consumo responsable (ODS 12), trabajo decente y crecimiento económico (ODS 12), Industria, Innovación e infraestructura (ODS 9) e Igualdad de Género ODS5. Esta última estrategia ha sido comunicada bajo el slogan “Mujeres que inspiran” por el Día Internacional de la Mujer», comenta.

La compañía cuenta actualmente con un programa, dentro de la responsabilidad social corporativa, que comenzó

después de la pandemia de covid-19 y aborda las dimensiones económica, social y ambiental. En particular, la parte ambiental consiste en conocer y contribuir al desarrollo sostenible, la compensación de los recursos naturales, las materias primas sin comprometer a las generaciones futuras. En medio de estas iniciativas, la Dra. Gabriela destaca el proyecto de organizar ferias de emprendimiento para madres solteras en Guayaquil.

La valorización de clientes internos y externos es primordial para que Renaissance brinde servicios de calidad total, permite planificar con criterios y formular planes estratégicos de trabajo para cumplir con los objetivos propuestos. «Tanto el cliente interno como externo son responsables del crecimiento de la organización, por eso es importante resaltar que los dos pilares importantes para la compañía. Renaissance, para tener un cliente interno satisfecho, ha generado espacios donde se tenga en cuenta la opinión de estos, ayudan-





do a mejorar su desempeño», garantiza la Dra. Gabriela Rodríguez.

La gerente comenta, además, que definir objetivos por los que la empresa quiere ser reconocida es una de las estrategias relacionadas con los grupos de interés. Esto implica tanto a la dirección general como a los directores de las diferentes áreas de la clínica para que la gestión de la reputación sea más participativa y transversal.

Este campo también aborda la realización de un diagnóstico de la situación inicial de la reputación de la empresa con los diferentes grupos de interés; gestión de la reputación de la empresa, con el fin de resolver los problemas que se puedan detectar; y la comunicación de estos hechos, logros y compromisos de la empresa a los grupos de interés, además de establecer cómo y cuándo se debe realizar esta comunicación, tanto para reforzar los aspectos ya conocidos como para destacar y dar a conocer a

quienes no lo son y que quieren tener reconocimiento.

La empresa tiene la responsabilidad de llevar a cabo sus actividades como Centro de Estética de manera legal y ética, apostando por el Cumplimiento Normativo y promoviendo una cultura empresarial ética en todos los departamentos. El sistema de cumplimiento proporciona un marco claro para las decisiones y acciones, basado en

el Código de Ética. «Todos los médicos, enfermeras, cosmetólogos y personal administrativo están comprometidos con los principios que establecen y contribuyen al cumplimiento de nuestra responsabilidad corporativa», comenta.

El Código de Ética establece el compromiso de adherirse a altos estándares éticos y se aplica a todos los que trabajan en la clínica, configurándose como el punto de partida del modelo de ética y cumplimiento de la organización, con el objetivo de guiar las relaciones entre los empleados, las corporaciones y sus empleados; las acciones de los empleados con clientes, proveedores y empleados externos; las relaciones con las instituciones públicas y privadas en general; relación con competidores en el mercado.

«La Clínica Renaissance tiene como elemento central la confianza, porque la reputación se construye en base a las



acciones de la empresa, especialmente en el cumplimiento de las promesas hechas a sus diferentes grupos de interés, como por ejemplo a las pacientes que depositan su salud integral en nosotros. Si la empresa no cumple con las expectativas prometidas, perderá la confianza de sus stakeholders», comenta.

La gerente general también destaca que es importante generar confianza entre los diferentes grupos de interés (pacientes, médicos, inversionistas, comunidad local), ya que la reputación no es más que una percepción subjetiva que cada uno de estos grupos tiene de la empresa en base a sus promesas, su gestión, sus acciones (externas e internas) y su capacidad para cumplir con las expectativas generadas a través de sus discursos. «La confianza, además, retiene a los grupos de interés y puede atraer a otros. Una buena reputación

corporativa es sinónimo de confianza, por lo tanto, perder reputación implica perder dicha confianza a favor de la competencia», resume.



Renaissance
CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS

Clínica Estética sin cirugía & Antiaging
Más de 15 años de experiencia



Renaissance
CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS



+593 99 989 1999
www.renaissance.com.ec
[/renaissance.ec](https://www.instagram.com/renaissance.ec)





LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 252

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG