



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL

ACCIONES ESG EN LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS VERDES

Tendencias vs. Hechos: Cambio Climático, Impacto Ambiental (ESG) y Escasez de Agua

Lic. Daniel Oporto Calderón

Un nuevo paradigma para las empresas o repensar viejos paradigmas: ESG como medio para alcanzar la calidad

Lic. Marco Antonio Souza Borges Netto

El ABC del desarrollo sostenible para las organizaciones: qué es y cómo incluirlo en la estrategia de la empresa

Lic. Ximena Gomez

Vestir al Planeta con Sostenibilidad: Un desafío para la Economía Circular

Lic. Cristina Amalia Lopez

REPORTAJE ESPECIAL:

Lic. Rosana Silva e Souza
UNIVERSO INOX



ENTREVISTA ESPECIAL

PR. ALESSANDRO RODRIGUES
CLÍNICA VALE SUL - SUL MED

+12
PERFILES

EMPRESARIALES



**RED GLOBAL
DE MENTORES**

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



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

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

**¡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: +54 9 341 345-0811
WHATSAPP: +54 9 341 342-1824
EMAIL: INFO@RGMENTORES.ORG
WWW.RGMENTORES.ORG

ÍNDICE

06

**PALABRAS DEL PRESIDENTE
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA**

09

ACCIONES ESG EN LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS VERDES

10

**TENDENCIAS VS. HECHOS: CAMBIO CLIMÁTICO, IMPACTO AMBIENTAL (ESG)
Y ESCASEZ DE AGUA**

Lic. Daniel Oporto Calderón

14

**UN NUEVO PARADIGMA PARA LAS EMPRESAS O REPENSAR VIEJOS PARADIGMAS:
ESG COMO MEDIO PARA ALCANZAR LA CALIDAD**

Lic. Marco Antonio Souza Borges Netto

19

**EL ABC DEL DESARROLLO SOSTENIBLE PARA LAS ORGANIZACIONES: QUÉ ES Y
CÓMO INCLUIRLO EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA**

Lic. Ximena Gomez

25

**VESTIR AL PLANETA CON SOSTENIBILIDAD:
UN DESAFÍO PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR**

Lic. Cristina Amalia Lopez

31

ENTREVISTA ESPECIAL:

Pr. Alessandro Rodrigues

CLÍNICA VALE SUL - SUL MED

36

NOTA CENTRAL

ACCIONES ESG EN LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS VERDES

48

REPORTAJE ESPECIAL:

LIC. ROSANA SILVA E SOUZA

UNIVERSO INOX

48

REPORTAJES:

49

COOPERATIVA NACIONAL DE SEGUROS INC, COOPSEGUROS

53

DISS DOMINICANA S.R.L

58

HG LOGISTICA

62

ANDRESA FERREIRA ADVOCACIA E ASSESSORIA JURÍDICA

66

**ASSOCIAÇÃO DE PROFESSORES E SERVIDORES PÚBLICOS DO
MAGISTÉRIO OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO - APROESP**

70

KCS CORREDORES DE SEGUROS

74

BUCCI ADVOCACIA

77

D'CAMPOS CONSULTORIA E CONTABILIDADE

81

ASSOCIAÇÃO PERUANA DE ESTUDANTES

85

SOMA EXPRESS SERVIÇOS DE ENTREGAS

89

MOURA & QUEIROZ SOCIEDADE

93

VANET S.A.C.

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenidos al número 255 de nuestra Quality Magazine!

¡Es un placer escribirte! En esta edición de septiembre, destacamos el importante tema: "Acciones ESG en la búsqueda de empresas verdes". Como sabemos, este tema trae impactos y caminos para el sector empresarial, abordando también nuestra red de miembros.

A partir del contenido presentado, deseamos contribuir a una reflexión de calidad que enriquezca la percepción sobre el tema. También en este número llamamos la atención sobre el Día Internacional para la Preservación de la Capa de Ozono (16 de septiembre), un hito para la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

No hay manera de hablar de ESG sin relacionar las iniciativas conectadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A ello se suman también los "empleos verdes", que ayudan a proteger y restaurar los ecosistemas y reducir el consumo de energía, materiales y agua a través de una prevención muy eficaz. También enumeramos el bono de carbono, un sistema que tiene como objetivo reducir los gases de efecto invernadero.

Con esto, en LAQI enfocamos nuestros esfuerzos para que los líderes tengan una base más firme para tomar decisiones, observando la agenda ODS y las prácticas ESG para que las acciones estén siempre permeadas por la sustentabilidad. Y esto, como se muestra en las páginas de nuestra Quality Magazine, involucra iniciativas relacionadas con la innovación, el respeto a las diferencias y la promoción del trabajo digno. ¡Este es nuestro compromiso público!

En esta edición también hemos elaborado el perfil de 12 miembros de nuestra Organización que están comprometidos con el modelo de Responsabilidad Total de LAQI. Es nuestro orgullo presentarlos a la comunidad de miembros y ver el compromiso de cada uno de ellos.

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

¡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
jlicorrea@laqi.org

EDITOR DE ARTE
LIC. THIAGO MONTANARI
thiago@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:
- Quieres elevar las metas y objetivos de tu compañía.
- Necesitas nuevas ideas para diseñar más estrategia innovadora.
- Proyectas seguir escalando y que todos se comprometan en el proceso.
- Has decidido convertir tus planes o ideas en acciones y resultados.
- Aspiras seguir generando rentabilidad y añadir la general prosperidad.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

DIRECCIÓN
ESTRATÉGICA

Por favor
Scan here!



ESG

**ACCIONES ESG EN LA BÚSQUEDA
DE EMPRESAS VERDES**

Tendencias vs. Hechos: Cambio Climático, Impacto Ambiental (ESG) y Escasez de Agua

En este artículo se profundiza una complementación virtuosa entre la ESG, los ODS y principalmente el caso del ODS 6, un «Súper ODS» que articula, crea sinergias y cataliza otros ODS definidos por las Naciones Unidas en el año 2015, creando además una potencial sinergia con la ESG, desde la perspectiva del impacto ambiental.

¿Qué hay de nuevo desde la ESG?

¿Existe una posible articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

La «E» del acrónimo ESG, hace referencia al Impacto Ambiental de distintos tipos de inversiones responsables desde el sector privado, que incluyen también a las inversiones realizadas por fondos de inversión públicos y privados en distintos mercados de capitales. En realidad, el término ESG, tiene cerca de 20 años de vigencia, cuando desde Naciones Unidas se organiza un grupo de discusión sobre el rol del sector financiero y los mercados de capitales, que permitan promover inversiones más responsables, desde una perspectiva Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG o ESG, por sus siglas en inglés).

Sin duda, el conocimiento acumulado sobre marcos conceptuales relacionados al impacto ambiental, social

y económico ha pasado por distintos nombres, enfoques y acrónimos desde la renombrada RSE, la Fortuna en la Base de la Pirámide (Prahalad & Hart, 2002), los Negocios Inclusivos (WBCSD & SNV, 2008), pasando por la creación de Valor Compartido (Porter & Kramer, 2011), llegando la ESG que ha tenido amplia difusión y convergencia sobre un impacto más cuantitativo y medible, porque nace desde el interés de crear una rentabilidad financiera, ambiental y social sobre las inversiones.

Adicionalmente, también es justo y relevante otorgar los créditos correspondientes a John Elkington, quien en 1994 acuñó el término Resultados de Triple Impacto (TBL o 3BL; por sus siglas en inglés) haciendo referencia al impacto social, económico y ambiental; también desde el sector privado y desde el sector de emprendedores sociales. En 2018, el mismo Elkington publicó en un imperdible artículo en Harvard Business Review titulado «Yo fui quien acuñó el término “Resultados de Triple Impacto” y por qué es importante repensarlo».

Bueno, hasta aquí una breve recapitulación sobre distintos marcos conceptuales sobre impacto ambiental, social y económico desde el sector privado; en un recorrido que aterriza en los ODS hasta la ESG.

Aquí es donde entra en escena la ciencia, pero también con una gran dosis de polémica para escépticos y convencidos sobre los efectos del cambio climático. Algunos datos y hechos a continuación:

1. Mientras escribo este artículo, la noticia impactante de portada hoy en CNN es la siguiente: “El agua escasea. ¿Por qué deberían prestar atención los mercados?”

2. Esta noticia simplemente aporta mucha evidencia en distintas partes del mundo sobre la escasez del agua, las sequías y el incremento de las temperaturas, hechos que claramente reflejan el trabajo científico que viene desarrollando y anunciando el Panel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés).

3. El IPCC, en su Reporte No. AR6 (Versión 2022) , define claramente los riesgos para América Latina, como resultado del incremento de las temperaturas en el rango de 1.5 – 2.0 grados Celsius y que resume lo siguiente :

- Mas sequías y escasez de agua en el hemisferio sur: Agua para consumo humano y riego

- Mas huracanes y lluvias en el hemisferio norte: Desastres, inundaciones poniendo en situaciones de emergencia a poblaciones enteras como fue el caso de Eta e Iota en América Central. Por último, a continuación, se describen las principales de acción que viene trabajando el sector privado en torno a ODS y ODS6, combinando con iniciativas de ESG y que necesitan continuidad, pero también una buena dosis de enfoque estratégico de largo plazo:

1. Medición de la huella hídrica de las diversas actividades económicas: Desde la actividad agrícolas, los procesos de manufactura, entre otros.

2. Trabajo conjunto en zonas rurales y municipios para medir el impacto de la huella hídrica, el balance del uso para consumo humano, riesgo y procesos de manufactura en cadenas de abastecimiento; especialmente aquellos destinados a cuidar las fuentes de agua y acuíferos

3. Medición y mitigación de actividades contaminantes que ponen en riesgo fuentes de agua, recursos hídricos.

4. Actividades de forestación, reforestación como medidas de mitigación a sequías que combinan la gestión integrada de recursos hídricas con el cambio climático.

5. Trabajo con poblaciones y comunidades rurales que no tienen agua, no tienen servicios de saneamiento, e inclusive se mantienen prácticas de defecación al aire libre. En el contexto del COVID se ha hecho evidente una nueva urgencia: Escuelas rurales y centros de salud rurales no tienen acceso a agua segura, tampoco a servicios de saneamiento. Esas mismas familias son empleadas en actividades económicas desde el sector privado.

Por último, desde las actividades de ESG que en los últimos vienen siendo documentadas, claramente hay un factor importante: el enfoque de rentabilidad de las inversiones y la medición cuantitativa de la rentabilidad financiera y su balance de una rentabilidad de impacto ESG, ambiental, social o de gobernanza.

La articulación con los ODS crea un espacio de especialización por áreas de impacto, de acuerdo con el abanico de los 17 ODS que han sido definidos. Sin embargo, todavía hay dos espacios de mejora: 1) Sostenibilidad en el largo plazo y 2) Sentido de urgencia.

El primero hace referencia a la necesidad de crear sistemas de impacto ESG que funcionen en el largo plazo, generando un impacto durable. El segundo, es el sentido de urgencia que requiere comprender que estamos a mitad del camino para alcanzar las metas de los ODS para el 2030 y donde las iniciativas ESG puede crear sinergia y aceleración.

El marco de ODS fue creado en el 2015 y tiene como meta de logros y monitoreo el 2030. Estamos exactamente a mitad del camino, y eso debiera definir un sentido de urgencia irreversible sobre el cambio climático, la pobreza, la escasez de agua y el desarrollo de nuestra humanidad, en contexto de una recesión post-COVID y los enfrentamientos bélicos.

https://en.wikipedia.org/wiki/Environmental,_social,_and_corporate_governance

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

<https://www.strategy-business.com/article/11518>

<https://www.wbcsd.org/Programs/People-and-Society/Tackling-Inequality/Resources/Inclusive-Business-Creating-Value-in-Latin-America>

<https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>

https://en.wikipedia.org/wiki/Triple_bottom_line

<https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/07/agua-escasez-mercados-trax/>

<https://www.ipcc.ch/reports/>

https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/factsheets/IPCC_AR6_WGI_Regional_Fact_Sheet_Central_and_South_America.pdf



Lic. Daniel Oporto Calderón

COLISEU - IT

CIDADANIA ITALIANA

ESPECIALIZADA EM CIDADANIA EUROPEIA

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

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

Un nuevo paradigma para las empresas o repensar viejos paradigmas: ESG como medio para alcanzar la calidad

ESG surgió en el mercado financiero como una forma de medir el impacto que las acciones de sostenibilidad tienen en los resultados de las empresas. El acrónimo apareció por primera vez en 2004, dentro de un grupo de trabajo de Principles for Responsible Investment (PRI), una red vinculada a la ONU que tiene como objetivo convencer a los inversores sobre las inversiones sostenibles.

Pero ¿qué es ESG? Medio ambiente, social y gobernanza. Estas tres letras prácticamente reemplazaron la palabra sostenibilidad en el universo corporativo. James Gifford, un economista que lideraba el PRI, resumió el significado de ESG:

«ESG es solo un subgrupo insertado en el contexto más amplio de la inversión sostenible. El término fue creado específicamente para centrarse en cuestiones materiales. La idea era invertir la lógica de lo que, en ese momento, se llamaba inversión ética, para centrarse en factores relevantes para los inversores. Si tiene una responsabilidad fiduciaria, como en el caso de un fondo de pensiones, no debe pensar en un horizonte de nueve meses, sino en un horizonte de nueve o 20 años. Y cuando se considera este horizonte, temas como el cambio climático, los riesgos sociopolíticos, etc., cobran relevancia. Algunas personas utilizan el término de manera más amplia, pero el punto central es la incorporación de factores socioambien-

tales en las inversiones para gestionar los riesgos. Ya no se trata de ética».

Ya no se trata de ética, dijo el economista. Esta afirmación es, en cierto modo, sintomática de un sistema colapsado que no ha comprendido a quienes lo idealizaron y mucho menos la realidad. Uno de los conceptos de ética se refiere a las teleológicas:

“Las teleológicas se refieren tanto a la ética del mundo antiguo como la de Aristóteles, a las corrientes modernas, tanto como al utilitarismo. Son éticas que buscan un objetivo específico, un propósito. Son éticas orientadas a las consecuencias de nuestras acciones. Para la ética aristotélica, el bien ocurre cuando se logra la felicidad de la polis, y para el utilitarismo, cuando el mayor número de personas se benefician de un determinado tipo de acción”. (MIRANDA, 1988, p. 23)

Por lo tanto, debemos esperar el reconocimiento de toda la importancia del debate ético, a través de la perspectiva de que el mundo tal como lo conocemos es un resultado directo de nuestras reflexiones y acciones. En este sentido, la ética es el debate inherente, no es un conocimiento puramente contemplativo, sino práctico y esencialmente liberador.

Por lo tanto, aunque el concepto ESG esté vinculado en un primer momento a la ganancia de las empresas con el

fin de implementar acciones que no causen índices rojos en sus balances, aplicar el ESG es una acción ética.

Es decir, si los llamados stakeholders se convierten en la razón de la existencia de una empresa y el retorno al accionista (ganancia) ya no es el objetivo principal de una empresa, en teoría, este cambio puede entenderse como un acto reflexivo resultante de las acciones. Por lo tanto, ético.

Además, nada es más ético que gestionar empresas pensando en prácticas dirigidas al medio ambiente; pensar en la responsabilidad social y los impactos de las empresas en beneficio de las comunidades y la sociedad; y pensar en estrategias internas para frenar la corrupción, el acoso, los abusos, practicar auditorías, etc.

El papel relevante del medio ambiente como soporte vital y en la limitación de su capacidad para resistir las agresiones del hombre no siguió el ritmo del crecimiento económico y tecnológico. Sin embargo, H.D Thoreau en 1860 y Stuart Mill en 1865 fueron autores importantes sobre la importancia de la naturaleza en su relación con los humanos.

Mill, un pensador liberal, tenía una preocupación por el agotamiento de los recursos naturales y el crecimiento desenfrenado de la población que, con la Revolución Industrial, hizo es-

tallar los principales centros, además de traer impactos sociales. Dijo que la Tierra debería mantener una población mejor y más feliz y no una población más grande. Y para ello, siguiendo el ejemplo de Montesquieu, apoyó firmemente la educación.

Este pensamiento sostenible, aunque con ropaje contemporáneo, no es nuevo y la humanidad ha perdido el tranvía de la historia, pero puede recuperar ese tiempo perdido.

La gran pregunta es por qué solo ahora — incluso con la advertencia de los académicos en el pasado — las empresas han comenzado a preocuparse por otros problemas en lugar de solo por las ganancias.

Hay tres hipótesis:

1 – Falta de tecnología en el pasado que pudiera probar empíricamente lo que se dijo.

2 - Mejora sustancial de la vida en unos pocos años.

3 – Los problemas ambientales están afectando las ganancias corporativas.

Se trata de hipótesis hasta cierto punto lógicas, pero que se han debatido y reflexionado poco.

De hecho, en el siglo 19, era imposible determinar el impacto ambiental

de la urbanización acelerada, la deforestación para la producción de carbón y el crecimiento de la población. Los estudios en ese momento eran fuertes en sociología y economía, estrictamente.

«La expectativa de longevidad global se disparó en el siglo 19 y luego se duplicó en el siglo 20, en un abrir y cerrar de ojos en términos evolutivos», como menciona un informe en el periódico británico The Guardian en octubre de 2020. En 1820, solo el 10% de las personas mayores de 15 años sabían leer y escribir. Esta proporción aumentó al 30% en 1930 y hoy es del 85%, en todo el mundo. «Hay 130 000 personas menos en pobreza extrema que antes», resalta Roser en un informe de El País. «Podríamos haber repetido esta información diariamente desde 1990. En 1820, solo una pequeña élite disfrutaba de altos niveles de vida, mientras que la gran mayoría enfrentaba condiciones que hoy se clasificarían como pobreza extrema. En 1950, había tres cuartas partes de los habitantes del planeta. En 2016, el porcentaje se redujo al 10%. Todo esto gracias al crecimiento de la productividad, que compensó el hecho de que la población se ha multiplicado por siete en los últimos 200 años», añade. Todo esto puede haber dado la impresión de que todo está bajo control.

En el aspecto socioeconómico, hubo un retroceso. Por ejemplo, John Maynard Keynes afirmó que el estado in-

terviniente hace que las personas tengan una vida mejor porque, si el ingreso se distribuye, ganando más, podrían consumir más. Friedmam propuso la renta básica. Actualmente, esas son ideas consideradas «de izquierda».

Sin embargo, sobre las ganancias, obviamente, a nadie le gusta perder dinero y esto ha causado cambios derivados del ESG, en que el sector empresarial, a pesar de seguir priorizando el beneficio, situándolo como una prioridad en la gestión empresarial, se ha dado cuenta de que agotar los recursos naturales no solo aleja a los consumidores, sino que reduce nuestra existencia en la Tierra.

Las empresas también piensan en la calidad de vida de sus empleados. Proporcionar mejores salarios y otros beneficios. Después de todo, con un bienestar garantizado, las personas trabajan mejor. Y finalmente, creando mecanismos que aseguren todo esto, las empresas tienden a retener a los colaboradores, proporcionar mejores servicios y productos, preservando el medio ambiente y fortaleciendo los lazos con las comunidades locales.

Es decir, asegurando un ESG de alto nivel, garantiza dividendos financieros y sociales. Después de todo, ¿de qué sirve poner en riesgo la sostenibilidad del planeta si no tienes personas para trabajar y consumir?

No es una apología al capitalismo. El objetivo aquí es utilizar los recursos generales de las empresas para una sociedad mejor y un planeta más saludable. Centrarse en nuestra existencia en la Tierra en lugar de crear expectativas de colonización de Marte.

Como dijo Badiou, «el estado brutal y profundamente desigual de las cosas, donde toda la existencia se valora en términos de dinero, se nos presenta como ideal» puede y debe alterarse. Si alguien es experto en el liberalismo, que lo sea realmente. Recordando que este ideal nació para combatir el autoritarismo y fortalecer la democracia. Democracia que debería indicarnos que lo que antes parecía imposible, ahora se vea como alcanzable, un espacio donde podamos participar y discutir los rumbos sin importar de dónde participamos.

Referencias bibliográficas:

ARNS, Heriberto. O PENSAMENTO EXISTENCIAL DE HENRY DAVID THOREAU. Revista Letras, [S.l.], v. 15, dic. 1966. ISSN 2236-0999. Disponible en: <<https://revistas.ufpr.br/letras/article/view/19832>>. Acceso en: 06 set. 2022. <http://dx.doi.org/10.5380/rel.v15i0.19832>.

HABERMAS, Jorge. A ética da discussão e a questão da verdade. São Paulo: Martins Fontes, 2004

MILL, J. S. Utilitarismo. Porto: Porto Editora, 2005.

_____. Sobre a liberdade. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991

MIRANDA, Gonzalo. Bioética e eutanásia. São Paulo, EDUSC, 1998



Lic. Marco Antonio Souza Borges Netto



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 los pares del cuerpo. Se caracteriza por un grado variable de discapacidad cognitiva y ciertas características que le dan a la persona con la condición un aspecto reconocible.

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



¿Quiénes somos?

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



Trabaja 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.

El ABC del desarrollo sostenible para las organizaciones: qué es y cómo incluirlo en la estrategia de la empresa

Hace años que el desarrollo económico ha dejado de ser la única finalidad de las empresas. El contexto sociopolítico y las condiciones ambientales, tales como, la pandemia, los cambios en los patrones del clima, la guerra, son algunos ejemplos de eventos actuales que afectan el desempeño de las organizaciones y ponen sobre la mesa la necesidad de tener una mirada más integral del desarrollo. Este enfoque recibe el nombre de desarrollo sostenible, y es clave para la estrategia a largo plazo de las organizaciones.

¿Qué es el Desarrollo Sostenible?

De acuerdo con el Informe Brundtland, presentado en 1987 por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, armonizando tres dimensiones esenciales: el cuidado ambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico. En dicho informe, se analizó y demostró que las actividades productivas estaban perjudicando la calidad del ambiente y dejando a cada vez más gente en la pobreza y la vulnerabilidad. Además, se destacó que el desarrollo y el ambiente son conceptos inseparables.

Es así, como bajo este concepto de desarrollo sostenible, las personas y organizaciones, asumimos que la naturaleza y el ambiente no son una fuente inagotable de recursos, siendo necesaria su protección y uso racional. De igual forma, se promueve el desarrollo social buscando la cohesión entre comunidades para alcanzar óptimos niveles de calidad de vida.

El desarrollo sostenible se convierte en la vía de crecimiento más estratégica bajo el panorama actual y muchas empresas lo han reconocido. De acuerdo con un estudio de KPMG, al menos el 70% de las empresas más grandes globalmente informan públicamente su desempeño e impacto, ya sea positivo o negativo, en aspectos económicos, ambientales y sociales a través de diferentes instrumentos.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En septiembre del 2015 se adoptaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a nivel global con el acuerdo de todos los países miembros de la ONU. Estos ODS contienen metas que cada país debe cumplir hasta el año 2030 para promover la prosperidad, sin descuidar la protección del ambiente. Desde 2016 los ODS han empezado a orientar las políticas públicas de los países.

A nivel empresarial, los ODS son una guía que permite a las organizaciones identificar su impacto económico, social y ambiental, y fortalecer su reputación y la relación con sus stakeholders. A manera de ejemplo, veamos dos ODS e intentemos imaginar cómo se puede contribuir a ellos desde la estrategia de nuestra organización.

ODS 6: Agua limpia y saneamiento

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, una de cada tres personas no tiene acceso a agua potable (OMS, 2019). Sumada a esta carencia, la pandemia ha puesto en relieve la importancia del agua para mantener una higiene que nos permita estar sanos. Este ODS busca lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible y el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos entre otras metas de suma importancia relacionales a la gestión del recurso hídrico.

ODS 13: Acción por el clima

De acuerdo con un informe publicado por la Organización Meteorológica Mundial, el cambio climático está teniendo un efecto importante en todos los aspectos del ambiente, así como en la salud y el bienestar de la población mundial. Asimismo, según el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático, el 2021 fue uno de los años más calurosos de todos los tiempos, incluso con el Fenómeno de la Niña, que usualmente enfría la temperatura global (IPCC, 2022). El ODS 13 busca abordar la emergencia climática a través de la

disminución de los niveles de CO2 en la atmósfera y el fortalecimiento de la resiliencia y capacidad de adaptación a los riesgos y desastres naturales, sobre todo de los países más vulnerables.

¿Cómo incorporar el Desarrollo Sostenible en las organizaciones?

El mundo está cambiando de paradigmas y es necesario que las organizaciones se adapten a esta nueva realidad, en la cual se deben reconocer y satisfacer las demandas de un creciente y nuevo público consumidor que, informado, premia con su preferencia a negocios con prácticas responsables con el ambiente y la sociedad.

Al contar con objetivos alineados al desarrollo sostenible, las organizaciones múltiples también se benefician, dado que:

- Generan una ventaja competitiva
- Disminuyen costos por el uso eficiente de recursos
- Mejoran la imagen corporativa
- Fortalecen relaciones de confianza con stakeholders
- Mejoran del clima laboral y fidelización de trabajadores
- Tienen una oportunidad de ingreso a nuevos mercados

Mediante la inclusión en sus políticas de las tres dimensiones del desarrollo

sostenible —el cuidado ambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico—, las empresas pueden desarrollar estrategias orientadas a la innovación en productos y servicios. Por mencionar un ejemplo, las empresas pueden disminuir costos con la reducción del consumo de energía, a través de la implementación de mecanismos más eficientes y el uso de fuentes renovables. En este caso, además de lograr una armonía con el entorno, la empresa resulta ser más competitiva económicamente.

Entonces, las empresas deben implementar estrategias reales, responsables y transparentes que estén de la mano con el desarrollo sostenible. Si bien cada empresa es particular y no todo lo que aplica una puede aplicarse en otra, acá hay algunos ejemplos de acciones que se podrían evaluar incluir en cada organización.

Cuidado ambiental

Se sabe que la naturaleza es limitada en cuanto a los recursos que posee y que es necesaria su protección y uso racional. Para la protección del ambiente, las organizaciones pueden desarrollar aspectos como:

- Reducción del consumo de energía eléctrica
- Inversión en energías renovables
- Uso adecuado del agua y reducción de la Huella Hídrica

- Optimizar el consumo de combustibles para el transporte
- Elaboración de subproductos con merma del ciclo de producción principal
- Segregación y reciclaje de residuos, etc.

Desarrollo Social

En este pilar del desarrollo sostenible, la organización debe contribuir al bienestar de sus trabajadores y a la mejora en la calidad de vida de las comunidades cercanas a las áreas donde opera. Las organizaciones pueden realizar esto con actividades como:

- Formación continua de trabajadores
- Programa eficiente de seguridad y salud ocupacional
- Inversión en el desarrollo de programas de educación para la comunidad
- Contar con políticas de equidad de género
- Identificar y apoyar otras causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial, etc.

Crecimiento Económico

Las empresas deben apuntar a un crecimiento económico mediante la generación de riqueza sustentable sin generar perjuicio a los recursos naturales y la población. Para ello, se pueden ejecutar

actividades como:

- Mantener salarios equitativos para hombres y mujeres
- Invertir en infraestructura y servicios
- Formar alianzas con proveedores locales
- Contar con una política de contratación de mano de obra local, etc.

¿Qué indicadores ambientales incluir para la sostenibilidad de la empresa?

Gestión de la Huella de Carbono

Como se mencionó anteriormente, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) es un esfuerzo que debe realizarse a nivel global a fin de alcanzar el ODS N°13, Acción por el clima.

En el caso de las empresas, el compromiso de reducir su Huella de Carbono requiere de ejecutar procesos más eficientes, sensibilización de su personal, uso de energías renovables, entre otras acciones. Muchas empresas han implementado estas mejoras a sus procesos a través de la implementación del ISO 14064:2018 (Organización) e ISO 14067: 2018 (Productos).

A continuación, se detallan algunos beneficios de la medición y reducción de la Huella de carbono:

- Elaboración de productos y servicios sostenibles con métricas medibles

- Identificación del impacto ambiental del uso de recursos en cada etapa del proceso productivo y elegir las opciones más viables para su mitigación estratégica

- Mejora la imagen corporativa y muestra un elemento diferenciador frente a empresas del mismo rubro

Asimismo, otros beneficios potenciales a los cuales se podría llegar en un mediano plazo con la gestión de la Huella de Carbono son la mejora en el clima laboral, la reducción de costos en el proceso de producción, la obtención de reconocimiento o certificación nacional e internacional, entre otros.

Gestión de la Huella Hídrica

Por otro lado, y de acuerdo con el ODS 6: Agua limpia y saneamiento, al 2030 se busca incrementar el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores, asegurando la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a su escasez.

En tal sentido, las empresas deben incorporar entre sus políticas el compromiso de reducir su Huella Hídrica o el consumo de agua dulce, utilizada de manera directa e indirecta para producir bienes y servicios así como mitigar el impacto de este consumo. Para

ello, se puede realizar el cálculo bajo la metodología de la ISO 14046: 2014, a fin de implementar nuevos procesos de reducción del consumo o compensación del uso de agua.

Algunos beneficios de la medición y reducción de la Huella Hídrica son:

- Identificar etapas del proceso de producción donde hay mayor consumo de agua
- Mejora de la imagen corporativa como entidad responsable con el ambiente.

Asimismo, otros beneficios potenciales a los cuales se podría llegar en un mediano plazo con la gestión de la Huella Hídrica son el ahorro de consumo de agua y mejora de la calidad del suministro, que se traduce en una reducción de costos; el generar alianzas con proveedores para un trabajo conjunto y responsable, entre otros.

En el contexto de emergencia climática que vivimos actualmente, las estrategias de sostenibilidad en las empresas ya no son una opción. Poco a poco el marco normativo se está haciendo más exigente con la regulación ambiental y las empresas con estrategias de sostenibilidad serán las menos

vulnerables y estarán más preparadas para estas exigencias. Sí bien ya estamos viviendo las consecuencias climáticas de una generación de modelos de negocios insostenibles del pasado, aún podemos marcar la diferencia y mitigar estos impactos para las futuras generaciones.



Lic. Ximena Gomez



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

¿Por qué debemos vacunarnos contra el COVID-19?



VIDEO: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE

CLICK



WWW.LAQI.ORG

Vestir al Planeta con Sostenibilidad: Un desafío para la Economía Circular

La Capa que protege y recubre al Planeta es vulnerable, exige que tomemos conciencia y accionemos. La Industria de la Indumentaria necesitaría rever sus prácticas con cambios de paradigma, acercar confección y producción de prendas y accesorios encaminándose hacia un Consumo responsable a través de una Moda sostenible. Les proponemos entonces instrumentar acciones ESG (Environmental/Sostenibilidad; Impacto Social/Social; y Governance/Gobierno Corporativo) incorporando un conjunto de capacidades alineadas para convertirse en emprendimientos sustentables. Por ello, vamos a abordar la cuestión de la E vinculada a los ODS generando conciencia de la importancia de la Economía Circular en el marco del Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono.

En estos últimos años, nos hemos preocupado desde la Confederación Panamericana de Alta Costura - CONPANAC en hacer campañas vinculadas al Buen Vestir, a partir del rescate patrimonial de los oficios sartoriales, poniendo en valor los saberes de los maestros/as sastres y modistas, sobre todo en el servicio y calidad del producto para favorecer su durabilidad, centrándonos en el Impacto de los Negocios de Moda, generando conciencia sobre la importancia de evaluar la huella humana tendiente a procurar la Sostenibilidad.

Informes como el del Observatorio Mundial de Acción Climática no estatal de la Asociación Climate Chance —un documento intersectorial de 250 páginas— dedica 20 de ellas al impacto ambiental de la industria de la moda, y el compromiso de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) de las marcas, con resultados poco alentadores que en alerta sobre la situación.

Comenzaremos por mencionar algunos datos estadísticos que preocupan y merecen nuestra atención: La industria de la moda es la 2ª más contaminante del mundo, sólo por detrás de la petrolera. El sector textil es el 2º mayor contaminante de agua dulce en el mundo por detrás de la agricultura. La ropa libera medio millón de toneladas de microfibras al océano cada año, es decir, el equivalente a más de 50 billones de botellas de plástico. Menos de la mitad de la ropa usada es reutilizada o reciclada y la mayoría termina en los vertederos o se incinera.

La industria de indumentaria representa el 6,7% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. Más de la mitad de este porcentaje está concentrado en solo tres fases: la producción de la fibra (15%), la preparación de hilado (28%) y el teñido y acabado (36%). Más de la mitad de las emisiones provienen del tintado de las telas, la preparación de los hilos y la producción de fibras.

Entre 2005 y 2016, el impacto de la industria de la moda sobre el cambio climático creció un 35%, motivado, en parte, por el cambio en los materiales utilizados, los hábitos de consumo y las localizaciones de producción. En un escenario estable, el impacto de la industria incrementaría hasta un 49% en 2030 la emisión de gases efecto invernadero, lo que implicaría que las emisiones de CO₂ de la industria serían similares a la cantidad que emite actualmente Estados Unidos al año según el informe Measuring Fashion.

En todo el mundo se consumen, de media, 11,4 kilos de ropa al año, lo que genera 442 kilos de emisiones de CO₂ per cápita. Una cifra que sería comparable con la cantidad emitida por un coche conduciendo 2414 kilómetros y que equivale al 8% de los gases de efecto invernadero.

En estas cifras tiene un peso especial el proceso de tintado y acabado que representa el 36% de las emisiones, porque es una fase muy intensiva energéticamente para los procesos de secado. Le sigue el proceso de preparación del hilo, que supone un 28%. El que menos peso representa es el cierre del ciclo, es decir, la gestión de las prendas bien sea por incineración o envío al vertedero, supone tan solo el 0,3% de las emisiones de la industria.

Por su parte, la industria del calzado es responsable el 1,4% de las emisiones de efecto invernadero. Más del 60% de las emisiones proceden de dos procesos: la fabricación y la extracción de materias primas. Igual que sucede en la industria de la moda, la mayor parte de los materiales utilizados para fabricar el calzado son sintéticos. La fabricación, de hecho, representa el 43% del total del impacto

ambiental, mientras que la extracción de materias primas supone el 20%. El estudio, no obstante, señala que mientras en el calzado sintético la etapa de fabricación representa la mayor parte del impacto, la situación es a la inversa en el calzado de cuero, donde las etapas de extracción y procesamiento de materias primas representan más del 50% de su impacto climático.

En la actualidad, es vital pensar en responsabilidad social empresarial enfocada al ambiente.

La planificación industrial con una gobernanza corporativa en las empresas, empoderadas de información y con un plan estratégico ambiental, tenderán a una economía global más sostenible que ayudará a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático. Es de vital importancia alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, y también los objetivos de reducir las emisiones, establecidos en el Acuerdo de París de 2015.

Para Micro/Mini emprendimientos, como para las pymes y los creativos y hacedores de la moda, es clave actuar en función de Criterios ambientales, sociales y de gobernanza denominados ESG (por sus siglas en inglés), pues de este modo se puede alcanzar una mayor rentabilidad y compromiso con la sociedad, enfocados en el comercio justo, la innovación, la reducción de desigualdades, la inclusión, uso de energías no contaminantes, producción y consumo responsable para cuidar del ecosistema, lo que tiende a elegir ser una empresa verde, una empresa B.

Los criterios ESG abarcan los siguientes aspectos que analizamos a continuación:

El factor ambiental (E), refiere a lo ambiental, para tomar decisiones en función de cómo afectan las actividades de las empresas en el medio en que nos desempeñamos y cómo afectamos el ambiente, midiendo nuestra huella.

El factor social (S), refiere a la Sociedad, para tener en cuenta la repercusión que tienen nuestras actividades en la comunidad, por ejemplo, en términos de diversidad, derechos humanos e inclusión, como así también derechos laborales, trato y comercio justo.

Y el factor de gobierno (G), se basa en cuestiones estructurales de nuestra administración para alcanzar transparencia, ética en la gestión de recursos, evaluando nuestro impacto en la comunidad.

Aplicar un desarrollo sustentable con valores basados en la ética, nos permite observar que la conciencia del ser humano ha ido transfigurándose en una conciencia universal, abarcando los valores de la vida, la equidad social, la solidaridad y el respeto a la naturaleza. Y estos criterios reportan una inversión responsable y ética, siendo indicadores de calidad en las empresas, que define su responsabilidad con la Sociedad a la par que con el Ambiente.

El cambio climático representa un reto cada vez mayor. Por eso, el Acuerdo de París sobre el cambio climático pone foco en la transparencia para establecer un nuevo marco tecnológico, para alcanzar la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) desde una perspectiva de mejora continua, abarcando las tres dimensiones del desarrollo sostenible: el crecimiento económico, la inclusión so-

cial y la protección del ambiente. Constituyendo un llamamiento universal a la acción para proteger el Planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las Personas en todo el mundo.

El desafío es pensar en cuidar la Capa que nos protege

En 1994, la Asamblea General de Naciones Unidas proclamó el 16 de septiembre como el «Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono», en conmemoración de la fecha de la firma del Protocolo de Montreal que se concertó el 16 de septiembre de 1987 y entró en vigor el 1 de enero de 1989. El 16 de septiembre de 2009, la Convención de Viena y el Protocolo de Montreal se convirtieron en los primeros tratados de la historia de las Naciones Unidas en lograr la ratificación universal para la protección de la envoltura del Planeta. Pensemos en la Capa de Ozono como en un cinturón a modo de escudo de protección contra la nociva radiación ultravioleta B emitida por el sol, y así podemos imaginar lo que representa esta cobertura planetaria que nos asegura la vida.

La industria de la moda es responsable, actualmente, del 8% de las emisiones de efecto invernadero y su impacto sobre el cambio climático ha crecido un 35% entre 2005 y 2016, lo que hace esencial luchar contra los efectos del cambio climático a fin de lograr el desarrollo sostenible buscando combatir el cambio climático y sus efectos. Actualmente, más del 60% de la ropa está compuesta de poliéster creado a partir de procesos tóxicos y, según el Banco Mundial, el 20% de la contaminación del agua se debe al procesamiento de textiles. Pensemos que el algodón y el cuero son dos de los materiales más

“sucios” en nuestros armarios, ya que utilizan una amplia gama de pesticidas, agua y energía en la producción. El algodón de cultivo convencional utiliza aproximadamente el 25% de los insecticidas del mundo y más del 10% de los pesticidas. Otras fibras de celulosa incluyen: yute, lino, cáñamo, ramio, abaca, bambú (utilizado para viscosa), soja, maíz, plátano, piña, etc.

La elección de las materias primas en la confección de prendas es fundamental ya que las fibras naturales son fibras que se encuentran en la naturaleza y no son fabricadas a base de petróleo.

Las fibras naturales se pueden clasificar en dos grupos principales, fibras de origen vegetal: 1) Fruto; Algodón, Coco, Kapoc; 2) Tallo: Lino, Yute, Cáñamo, Ramio; 3) Hoja: Sisal, Abacá, Formio, Esparto; y fibras de origen animal: 1) Lana: Merino, Corriedale, Lincoln, Romey Marsh; 2) Pelos: Cabra, Camélidos, Angora y 3) Seda: Bombix Mori, Tussah, Fogara, Eria. Y existe un tercer grupo dentro de las fibras naturales, que son las de origen mineral: Amianto y Asbesto.

Analizado esto, proponemos una estrategia basada en tres acciones para que la moda sea sostenible: una de ellas, maximizar la eficiencia energética hacia las renovables (ya que el mayor impacto sobre el clima viene propiciado por la producción de electricidad a través de carbón y gas natural); segundo, la digitalización que puede dar lugar a nuevos modelos de consumo (los beneficios, según señala el informe que indicamos precedentemente, pueden venir tanto del lado de los proveedores como de la demanda, toda vez que la digitalización podría mejorar la eficiencia en los procesos, reducir el consumo de materias primas y el desperdicio por ejemplo el patronaje automatizado), otro factor, es un consumo más inteligente con nuevos

modelos (como el alquiler de ropa y accesorios y los programas de recuperación de prendas y reciclado pueden alargar la vida del producto con un nuevo diseño). En tercer lugar, la selección de materiales es crucial para reducir el impacto ambiental, utilizando fibras con menor impacto en energía y fibras recicladas obtenidas gracias a nuevos procesos químicos. Todos estos elementos van de la mano de la Economía Circular.

En este escenario, muchas empresas de moda han empezado a trabajar para reducir su huella.

Los consumidores también dejan su huella y educar es la alternativa para el cambio.

La forma en que los consumidores hacen uso de las prendas también tiene una importante repercusión en el ambiente, por ejemplo con sus hábitos de higiene de las prendas, debido al agua y energía y los productos químicos de los lavados, al secarla y plancharla. Como podemos ver esta industria se percibe cada vez más como uno de los principales usuarios de productos químicos nocivos y plaguicidas y como una considerable fuente de emisiones de carbono, residuos y contaminación ambiental, lo que nos interpela como organización panamericana a provocar un nuevo paradigma respecto al diseño de productos y servicios y su producción, pero también respecto a las formas de consumo y las posibilidades al final de la vida útil.

Al dar una segunda oportunidad a una prenda, se evita que esta termine en la basura y, por ende, la experiencia técnica de nuestros maestros sastres y modistas puede hacer la diferencia, al alargar su ciclo de uso, recuperando la prenda, para reutilizar y reciclar, disminuyendo los altos índices de contaminación que enfrentamos y las

consecuencias negativas que provoca el descarte.

¿Cómo logramos el desarrollo empresarial sostenible sumando valor agregado en el servicio?

La respuesta es: buscando un equilibrio entre viabilidad financiera, generación de progreso social y minimización de los impactos ambientales, generando valor agregado con un servicio sostenible, es decir, proponemos «un mirarse al espejo», analizar la radiografía y realizar un análisis de FODA que nos permita identificar procesos, acciones y decisiones a través de visualizar fortalezas, oportunidades con las debilidades y amenazas.

De este concepto parte el de «negocios inclusivos», modelos de negocios de triple impacto con objetivos de largo plazo. Un modelo de negocios transparente y comprometido con una visión social y ambiental además del objetivo de rentabilidad, es decir, fabricar evitando contaminar, optimizando recursos inteligentemente, ahorrando energía, ordenando espacios de trabajo y reutilizando material, ofreciendo al mercado un servicio de recuperación, mediante nuevos diseños a partir de una prenda que puede tener nuevos destinos. Estamos hablando de un replanteo empresarial, pasar de ser «las mejores empresas del mundo» para ser «las mejores para el mundo».

Nuestro mensaje institucional desde CONPANAC apunta a que los profesionales de la moda diseñen nuevas tendencias para sus marcas asumiendo el desafío de repensar sus procesos productivos y fortalezcan su compromiso con la sostenibilidad.

En tal sentido agradecemos a LAQI el acompañar nuestro compromiso de sensibilizar y crear conciencia al apoyar el desarrollo sostenible y una acción climática que nos compromete a confeccionar el mejor de los trajes para nuestro planeta, ponernos la Capa de la responsabilidad social, y el Traje de cuidador para proteger nuestro hogar llamado Tierra.

La moda sostenible, también llamada moda ética, es una parte de la creciente filosofía del Diseño con tendencia al ambientalismo y responsabilidad social, una toma de conciencia que debería ser inclusiva, buscando crear un equilibrio deseado entre lo que utilizamos y lo que renovamos procurando una economía circular que nos beneficia a todos. La visión del negocio conceptualizado desde el Diseño permitiría hacer proyecciones innovadoras, cambiando el punto de vista hacia la Economía Circular, considerando un replanteo de la misión y visión como la esencia de la compañía, las variables en los actores, y el mercado, buscando resultados socioeconómicos y ambientales para la comunidad en su conjunto. Gracias por leerme.

Bibliografía

-Cultura Sartorial y Estilismo: Enseñar diseño de moda desde el multiculturalismo. Cristina Amalia López. Ponencia en el Encuentro Latinoamericano de Diseño.

-El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento. Competitividad vs. Actitud: Enseñar diseño desde la esencia misma. Autora: Cristina Amalia Lopez. Recuperado de Internet. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2010/administracionconcursos/archivos_conf_2013/1145_3643_1415con.pdf

-La Agenda para el Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

-Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono. Disponible en: <https://ozone.unep.org/es/manual-del-convenio-de-viena-para-la-proteccion-de-la-capade-ozono>

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/125/norma.htm>

-Convenio de producción limpia de Naciones Unidas suscripto por ALADI en el año 2000.

-Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020. Disponible en: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/>

-La defensa de la capa de ozono ayuda a reducir el calentamiento global. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2019/09/1462142>

-La industria de la moda es sensible a la sostenibilidad pero se muestra reticente a los cambios. Disponible en: <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-de-la-moda-es-sensible-a-la-sostenibilidad-pero-se-muestra-reticente-a-los-cambios,1264180.html>

-Los tratados sobre el ozono son buenos ejemplos de voluntad política en favor de una causa común. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2020/09/1480592>

-Measuring Fashion Report: impacto ambiental de la industria de la moda. Disponible en: <https://pinkermoda.com/measuring-fashion-report-impacto-ambiental-industria-moda/>

-Measuring Fashion: La ciencia revela el impacto medioambiental de la industria de la moda. Disponible en: <https://vein.es/measuring-fashion-la-ciencia-revela-impacto-medioambiental-la-industria-la-moda/>

-Nuevos paradigmas en la industria de la moda: interrogantes, cuestionamientos y desafíos, de Cristina Amalia Lopez, presentado en el Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño.

-ONU Apoyar el desarrollo sostenible y la acción climática. Disponible en: <https://www.un.org/es/our-work/support-sustainable-development-and-climate-action>

-Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.argentina.gob.ar/agricultura/objetivos-de-desarrollo-sostenible>



Lic. Cristina Amalia Lopez

ENTREVISTA ESPECIAL



**CLÍNICA VALE SUL
SUL MED**

CLÍNICA VALE SUL - SUL MED

Ubicada en el estado de Minas Gerais, la clínica valora la atención total a sus cuidadores y familiares, centrándose en el proceso de mejora continua.

Con más de 22 años de presencia en el mercado, Clínica Sul Med nació con el deseo de servir. Especializada en el tratamiento de personas adictas y sus comorbilidades, la organización, ubicada en Itapeva, en el estado de Minas Gerais, suma historias de superación, transformando desafíos en oportunidades.

Antes del inicio de las actividades, el presidente de Clínica Sul Med, Pr. Alessandro Rodrigues, se preparó con estudios y trabajos en el área durante 10 años. Él relata que, a principios de 2010, se dio cuenta de la necesidad de iniciar

su propio negocio. Con ese fin, ha establecido un propósito.

«Antes de que (la clínica) se convirtiera en una realidad, oré y me propuse subir la montaña durante 30 días consecutivos. No solo quería abrir una clínica, sino que quería un lugar para transformar vidas. Y la respuesta de Dios vino en el último día en que me encontraba en la montaña; Casi me doy por vencido, pero decidí persistir», recuerda.

El pastor Alessandro dice que el trabajo comenzó en abril de 2010, en una pequeña y acogedora granja, en socie-



dad con su hermano, y teniendo como primer nombre Clínica Nova Geração. Esta sociedad duró un año y tres meses y se deshizo por razones de diferentes puntos de vista.

«Con el evento de esa separación, en julio de 2011, con muchas dificultades — pero siempre creyendo en el éxito — nació Sul Med. Inicialmente, fue en el barrio Ribeirada, en la ciudad de Camanducaia, en Minas Gerais. Con la gracia de Dios, pronto se llenó y necesitamos un local más grande», explica, señalando que oró y buscó, en Dios, un nuevo establecimiento.

«Dios me ha escuchado inmediatamente, y el espacio donde está nuestra sede principal pronto surgió», enfatiza el Pr. Alessandro Rodrigues. «Este lugar, por un gran milagro sin explicación — después de todo, los milagros no se explican — luego de tres meses de arrendamiento, el propietario nos ofreció comprarlo, pero en ese momento no teníamos condiciones de adquirirlo. Pero como Dios es el Mentor principal de esta obra, Él nos dispuso las condiciones y el espacio fue comprado y pagado a tiempo. Hoy, Sul Med es un local propio», comenta.

El pastor reconoce que, en esa época, ha contado con un equipo muy comprometido. «De hecho, ellos sembraron lo que hoy cosechamos. Somos gratos a todos. Hoy en día, Sul Med es una clínica reconocida y premiada por diversas agencias por su trabajo y un equipo serio y comprometido con los resultados», señala.

Atenta al proceso de mejora continua, la organización considera que los Obje-

tivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un llamado a que los sectores público y privado de todo el planeta se involucren en la misión de proteger el medio ambiente, erradicar la pobreza y garantizar la paz y la prosperidad de las personas.

Según el Pr. Alessandro Rodrigues, las empresas en general tienen un papel vital de construcción social e influencia para los empleados. Por ello, respecto a la implementación de los ODS, Sul Med participa significativamente para que se cumpla la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y, en consecuencia, aporta al bienestar global.

«La Clínica Sul Med es una referencia en la promoción de la salud y el bienestar de sus clientes y colaboradores, tratando a todos por igual. Nos preocupamos por fomentar y facilitar la vuelta a los estudios, la formación y los cursos profesionales para pacientes y profesionales», comenta.

El presidente de la clínica afirma, además, que la clínica está involucrada en proyectos sociales en asociación con las autoridades públicas para llegar a los pacientes cuyos ingresos no les permiten pagar el tratamiento. También en 2021, la organización inició la recolección selectiva de basura, separando material para su reciclaje, además de implementar el huerto orgánico, de donde obtiene el 50% de las verduras servidas en la cafetería local.

Atención al detalle

El Pr. Rodrigues explica que, en asociación con la municipalidad de la ciudad de Itapeva, Sul Med desarrolla un traba-



jo para prevenir el consumo de drogas y crear conciencia sobre los problemas psicosociales en la comunidad escolar.

«Nos visitan estudiantes de escuelas públicas que llegan a nuestra unidad para asistir a conferencias y demás actividades, como la participación de los acogidos como una forma de concienciarlos de la importancia de la práctica de la colaboración con la sociedad, además de llevar a las escuelas exposiciones, obras de teatro y ruedas de conversación sobre el tema en cuestión», comenta, y agrega que pretende ampliar la red de difusión de información, llevando este sistema de intercambio de conocimiento a otros municipios de la región.

En la organización, los empleados tienen la libertad de crear. Según el presidente, cuando se da espacio a la creación de nuevos proyectos que traerán buenos resultados, esto se convierte en un estímulo, demostrando que los empleados también son parte de las deci-

siones y resultados del trabajo, además de señalar que la empresa ha llegado a la realidad actual debido a un equipo que trabaja en el que cree y se siente libre de expresarse. «Tenemos nuestras pautas, por lo que contratamos empleados que tengan el perfil de la empresa. Así que esta libertad funciona de manera efectiva», afirma.

Aún en este contexto, existe una relación de cercanía con el equipo, dando espacio para entender sus problemas, demandas y en lo que la empresa puede ayudar para una calidad de vida. El Pr. Rodrigues explica que, después del tratamiento, Sul Med sigue con un canal abierto para este tipo de acogida y para la continuidad del tratamiento. «Por lo tanto, traemos buenos resultados y realización profesional», comenta.

Respecto a las sugerencias y posibles críticas del público, la clínica se basa en la visión de que escuchar es siempre el primer paso. El presidente comenta que, tras verificar tanto las críticas

como las sugerencias, se consideran atentamente las demandas: «Sabemos que nuestra audiencia tiene mucho que agregar a nuestra mejora porque están viendo el otro lado de la práctica. De esta manera, podemos tanto mejorar algún sistema como ser claros con nuestra audiencia, ya que actuamos de tal manera para su mayor comprensión, haciendo que se sientan parte de la familia Sul Med», garantiza.

Además, cuenta que en las reuniones se discuten, a modo de estudio de caso, formas de prevención de riesgos en general y medios éticos para tratar mejor cualquier tema que se le ocurra en la semana.

El Pr. Alessandro Rodrigues también llama la atención sobre los cambios que se han producido a lo largo del tiempo, especialmente durante la crisis sanitaria de la COVID-19, dado que fue necesario implementar un nuevo sistema de consultas en línea debido a la pandemia para que se mantuviera toda la atención a los pacientes y familiares que habían dejado el tratamiento.

«Hemos creado protocolos de higienización y limpieza de los ambientes, los cuales se mantienen y se han sumado a nuestros criterios. Todos nuestros productos han sido cambiados a productos de desinfección más efectivos. Comenzamos la capacitación con todos nuestros empleados, reuniones y orientaciones semanales con todos los miembros de la familia a través de videoconferencia, que seguimos siendo hasta el día de

hoy. Nuestras reuniones de estudio de caso clínico son todas por videoconferencia», señala.

Al comentar sobre la reputación corporativa, el Pr. Rodrigues señala que hoy, si una empresa no presenta resultados, no tiene una buena reputación en el mercado. «Por eso, trabajamos con metas a cumplir, considerando que estamos hablando de seres humanos que necesitan ayuda. Por lo tanto, desarrollamos metas de manera humanitaria, que cumplen con el rol de los servicios que brindamos», concluye.



Pr. Alessandro Rodrigues



NOTA CENTRAL

NOTA CENTRAL

ACCIONES ESG EN LA BÚSQUEDA DE EMPRESAS VERDES

Los temas de cambio climático y calentamiento global ganan, más a menudo, espacios en los debates y reflexiones del mundo corporativo, ya que el grupo de trabajo para la reversión o mitigación de casos asociados a estas realidades necesita el compromiso de las corporaciones, en los más diferentes sectores.

Entre los temas de gran relevancia abordados en septiembre, se encuentra el Día Internacional para la Preservación de la Capa de Ozono, el día 16, un hito para la Organización de las Naciones Unidas (ONU). La fecha se conecta totalmente con la temática ESG y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Inicialmente, para una mejor comprensión, es necesario resaltar que el Día Internacional para la Preservación de la Capa de Ozono se estableció en 1987, la misma fecha en que algunos países firmaron el Protocolo de Montreal sobre Sustancias que Destruyen la Capa de Ozono.

En el tratado internacional, la principal meta es eliminar la producción y el consumo de sustancias químicas que causan daños a la región de la estratosfera terrestre, concentrando altas cantidades de gas formado por tres elementos de oxígeno. A su vez, la frágil capa sirve de protección a la Tierra contra los rayos ultravioleta.

Según la ONU, en la relación de productos nocivos para la capa de ozono se encuentran el bromuro de metilo, el metilcloroformo, el tetracloruro de carbono y los productos químicos llamados halógenos, clorofluorocarbonos (CFC) e hidrocliclorofluorocarbonos (Hcfs).

La ONU resume que dichas acciones e iniciativas muestran que, trabajando juntos, todo es posible, y hace hincapié en la necesidad de que los países, con todos los sectores, actúen de inmediato para frenar el cambio climático, alimentar el hambre y proteger el planeta, de lo que depende todo el globo.

Datos recientes de la Organización Meteorológica Mundial (OMM) enfatizan aún más la necesidad de una acción urgente, ya que las consecuencias se sienten en la vida cotidiana, con el aumento de la temperatura. Un ejemplo de ello fue el año 2021, que tuvo 1.11°C por encima de los niveles del período preindustrial.

Incluso con el fenómeno de La Niña, que contuvo el calentamiento en ese período, 2021 fue aún más caluroso que los años anteriores al evento climático, uniéndose a los siete años más calurosos registrados.

Otro dato que salta a los ojos es que el 2021 también fue el séptimo año consecutivo en el que las temperaturas globa-

les fueron 1°C por encima de los años preindustriales, acercándose al límite estipulado en el Acuerdo de París de 2015, que es de 1,5°C. Como resultado, se espera que el calentamiento global continúe como resultado de la presencia de gases de efecto invernadero.

Asimismo, es alarmante la escala, desde 1980, en la que cada década ha sido más calurosa que la anterior. Los siete años más calurosos de la historia han sido desde 2015, siendo los más altos 2016, 2019 y 2020. El año 2016 también registró El Niño, que contribuyó al récord de temperatura global.

Empezando por los ODS

La visión es clara de que las iniciativas deben implementarse, especialmente en el entorno corporativo. Para ello, se pueden recorrer algunos caminos y apoyarse en las directrices ESG —acrónimo para Ambiental, Social y de Gobernanza— que están conectadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En esta agenda, destacamos la letra E de las siglas, que corresponde al componente ambiental, un área que requiere estudios sobre una variedad de elementos que muestran el impacto de una organización, tanto de manera positiva como negativa, y este campo trae consigo una serie de evaluaciones.

A partir de ello, el líder empresarial podrá observar los planes y políticas im-

plementadas y que están vinculadas al cambio climático, la huella de carbono, así como la intensidad, los beneficios ambientales para los empleados, los objetivos de emisión de gases de efecto invernadero, entre otros temas.

A esto se suman los objetivos del ODS 13, que exige medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. Al explicar esta área de los ODS, la ONU enfatiza que el cambio climático afecta a todos los países de todos los continentes, incluida la interrupción de las economías nacionales y la afectación de vidas.

La Organización también ve que la caída del 6% en las emisiones de gases de efecto invernadero en 2020, debido a las restricciones de movimiento en la pandemia de la COVID-19, es temporal y dijo que cuando la economía mundial comience a recuperarse de la crisis sanitaria, las emisiones deberían volver a niveles más altos.

En vista de esto, la ONU enumera algunas acciones amigables con el clima que involucran a gobiernos, empresas y la sociedad en su conjunto. Esta lista aborda la transición verde, donde las inversiones deben acelerar la descarbonización de todos los aspectos de la economía, los empleos verdes y el crecimiento sostenible e inclusivo.

También menciona la economía verde, que hace que las sociedades y los pueblos sean más resilientes a través de una

transición justa para todos, sin dejar a nadie atrás; inversión en soluciones sostenibles; abordar todos los riesgos climáticos; la cooperación, cuando ningún país puede tener éxito por sí solo.

Uno de los objetivos también refuerza la necesidad de mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana para la mitigación, la adaptación, la reducción del impacto y la alerta temprana del cambio climático, además de promover mecanismos de capacitación para la planificación y administración efectivas del cambio climático en los países menos desarrollados.

Empleo y economía verdes

Sobre la base de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), una de las definiciones de empleos verdes se refiere a «empleos en los sectores de la agricultura, la industria, la construcción, la instalación y el mantenimiento, así como las actividades científicas, técnicas, administrativas y de servicios que contribuyen sustancialmente a la preservación o restauración de la calidad ambiental».

Esto incluye empleos que ayudan a proteger y restaurar los ecosistemas y la biodiversidad; reducir el consumo de energía, materiales y agua a través de estrategias de prevención altamente efectivas; descarbonizar la economía; y minimizar o prevenir completamente la generación de todas las formas de desechos y contaminación.

La OIT es más enfática y resume que el concepto de empleos verdes está recurriendo a las transformaciones de las economías, las empresas, los entornos de trabajo y los mercados laborales hacia una economía sostenible que proporcione trabajo decente con bajo consumo de carbono.

En vista de esto, se concluye que la sostenibilidad se ha convertido en un foco dominante para las empresas que necesitan tomar la iniciativa en dicho cambio. Es decir, las organizaciones están a la vanguardia de proporcionar productos, tecnologías, servicios y soluciones económica y ambientalmente viables para una economía más verde.

Esto se debe a que el enfoque global en el desarrollo ambiental sostenible y la transición a economías más verdes tienen importantes implicaciones para las empresas. Por lo tanto, el servicio a estas solicitudes, por parte de las corporaciones, exige conocimiento e inversiones.

Como parte, la OIT refuerza que las empresas y las organizaciones de empleadores necesitan información, recursos y buenas prácticas para convertirse en defensores eficaces de sus miembros en los diálogos nacionales sobre políticas y desarrollar propuestas para reducir los riesgos e identificar oportunidades.

Otro concepto que gana una fuerza y atención internacional significativa es

el de la economía verde. Para el PNUMA, la economía verde se traduce en una mejora del bienestar humano y la equidad social, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y la escasez ecológica.

Por lo tanto, en la expresión más simple, una economía verde puede considerarse como baja en carbono, eficiente en el uso de los recursos y socialmente inclusiva, con un crecimiento de los ingresos y el empleo impulsado por inversiones públicas y privadas que reducen las emisiones de carbono y la contaminación.

Inicialmente, este concepto se había centrado solo en el tema de las emisiones de carbono, debido al impacto en el cambio climático, pero se expandió, considerando responder a todos los desafíos ambientales e ir más allá de la creación de bienes, servicios y empleos verdes para incluir las dimensiones más amplias de la eficiencia energética y los recursos, la erradicación de la pobreza, la equidad social y bienestar humano.

En este contexto, los objetivos sociales y ambientales pueden actuar como motores de crecimiento económico y sostenible, y no como obstáculos, ya que, según la OIT, las empresas consideran la necesidad de inversiones en tecnologías, sistemas e infraestructura que mejoren las actividades económicas productivas, optimizando el uso de los recursos naturales y minimizando los impactos ambientales.

Sobre la base de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se refuerza la opinión de que el crecimiento verde es el medio por el cual la economía actual puede hacer la transición a una economía sostenible, especialmente mediante la promoción del crecimiento y el desarrollo, la reducción de la contaminación y las emisiones de gases de efecto invernadero, minimizando los residuos y el uso ineficiente de los recursos naturales, manteniendo al mismo tiempo la biodiversidad.

Para ello, se necesita una visión estratégica que asegure que las políticas sean apropiadas desde el punto de vista de la eficiencia económica, la integridad ambiental y la equidad social y consistentes desde la perspectiva nacional e internacional. Con esto, el crecimiento verde responde a la necesidad de un nuevo método de crecimiento mucho menos intensivo en recursos que pueda conducir al bienestar social y la reducción de la pobreza.

Sobre la base del Banco Mundial, se hace hincapié en la idea de que el crecimiento debe ser socialmente inclusivo y ambientalmente seguro; de lo contrario, se vuelve insostenible a largo plazo.

Crédito de carbono

Como concepto derivado del Protocolo de Kyoto, en 1997, el crédito de carbono 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, 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.

La ONU argumenta que el cambio climático es el tema definitorio del tiempo actual. También señala que el sector privado desempeña un papel clave, con señales de mercado e innovaciones para iniciativas concretas para una economía sin carbono.

El tema de los créditos de carbono volvió a la agenda de la 26ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26), con sede en Glasgow, Escocia, en noviembre de 2021. En las discusiones, las organizaciones se comprometieron a fomentar una economía baja en carbono y evitar que las temperaturas globales superen los 1,5 °C, como se establece en el Acuerdo de París. La intención es reducir a la mitad las emisiones de CO2 para el año 2030 y en cero para el 2050.

LAQI reconoce la importancia de reducir activamente el impacto climático y compensar las emisiones a través de créditos de carbono. Es por eso que, para mitigar los impactos, LAQI compensa las emisiones a través de créditos de carbono de alta calidad, inclui-

do el compromiso público de apoyar a más de 4000 miembros y proveedores en la transformación de sus negocios y reducir las huellas de carbono en toda América Latina a cero, a través de programas de sensibilización y empoderamiento, acuerdos de cooperación mutua y siendo un ejemplo propio de liderazgo.

Referencias

<https://news.un.org/pt/story/2021/09/1763342>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilvia/documents/publication/wcms_229625.pdf

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-lisbon/documents/publication/wcms_776652.pdf

<https://www.oecd.org/acerca/>

*El texto también cita declaraciones de materiales propios de LAQI



REPORTAJE ESPECIAL

UNIVERSO INOX

Ubicada en el estado de Minas Gerais, la empresa está marcada por la superación de desafíos, la proximidad al cliente y la atención a las demandas que impulsan la calidad y el proceso de mejora continua.

Universo Inox es una industria de artefactos de acero inoxidable, responsable de crear soluciones innovadoras y fabricar diversos productos de acero inoxidable, sirviendo a un nicho de mercado diversificado. Ubicada en el estado de Minas Gerais, la empresa trabaja en asociación con hospitales, clínicas, laboratorios, empresas constructoras, hoteles, restaurantes, supermercados, universidades, además de satisfacer las demandas de viviendas y crear soluciones de acero inoxidable para proyectos arquitectónicos. Inaugurada en 2002, la organización lle-

va 20 años presente en el mercado nacional e internacional.

La propietaria y CEO, Rosana Silva e Souza, explica que los proyectos se fabrican a medida del cliente o se crean de acuerdo con las necesidades del cliente. Para ello, Universo Inox cuenta con una estructura moderna, mano de obra altamente calificada y trabaja con acero inoxidable certificado, de acuerdo con las normas técnicas nacionales (ABNT) e internacionales (ASTM).





«En la fabricación, los métodos modernos como el corte de fibra por láser, el proceso de limpieza de vanguardia —como el electropulido y el procedimiento de soldadura— se realizan completamente con el método TIG, utilizando el argón más puro. La filosofía de la industria es crear soluciones innovadoras en acero inoxidable, con el compromiso de preservar la calidad, durabilidad y seguridad de los productos fabricados con tecnología avanzada», afirma.

Rosana Silva es la menor de nueve hermanos y sus padres eran trabajadores del campo. Ella cuenta que, debido a las dificultades que enfrenta su

familia, sintió la necesidad de ayudar económicamente en casa y, a la edad de 10 años, comenzó a trabajar como empleada del hogar. Más tarde, trabajó en tiendas, una cooperativa de taxis, hasta que consiguió un trabajo en un distribuidor de acero inoxidable, donde tuvo el primer contacto directo con la materia prima.

Al dejar el local, Rosana Silva empezó a trabajar en una tienda de muebles, donde permaneció durante un período, hasta que surgió la oportunidad de crear Universo Inoxidable. Algunas máquinas estaban en subasta y, aunque no poseía suficiente capital, se unió a otras dos personas y, sociedad, adquirieron las máquinas.

Después de la adquisición, decidieron fundar la empresa en un pequeño cobertizo, en la parte de atrás de una residencia, con el objetivo inicial de fabricar tanques de acero inoxidable. La empresa tenía competidores a nivel nacional, lo que dificultaba el mantenimiento del negocio y, como resultado, los socios se desanimaron y, en menos de un año, se dieron por vencidos, permaneciendo solo Rosana.

Después de que los socios se fueron, el nicho del negocio ha cambiado y comenzaron a fabricar muebles de acero inoxidable personalizados, dando oportunidad a que la compañía empezara a crecer cada vez más. «El primer gran cliente de Universo Inox fue la Universidad Federal de Minas Gerais, que abrió las puertas a nuevos clientes e hizo despegar la empresa», recuerda, señalando que el diferen-

cial de la compañía siempre ha sido la percepción de que el cliente tenía una necesidad diferente y que la era debe esforzarse por satisfacer estas necesidades individualizadas.

La empresaria también llama la atención sobre los retos que han enfrentado al comienzo de las actividades, que luego se convirtieron en caminos hacia el crecimiento. Uno de ellos fue la disolución de la sociedad en el primer año. «Fue un gran revés que enfrentó Universo Inox, además de la dificultad de que una pequeña empresa pueda destacarse entre los competidores a nivel nacional», afirma. Además, tener a una mujer joven al frente de una industria en un entorno predominantemente masculino era una gran dificultad a la que se enfrentaba Rosana, dado que muchas veces no era reconocida y respetada en su trabajo.

Pautas y gestión

Rosana Silva señala que las acciones de las empresas e industrias impactan directamente en la vida social, económica y ambiental, por lo que es necesario y sumamente importante que exista una concientización y enfoque en acciones que generen bienestar a la comunidad y al planeta. «Las organizaciones de todos los segmentos pueden actuar a favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con estrategias de negocio e iniciativas prácticas que se pueden adoptar», enfatiza, señalando que Universo Inox entiende la importancia de los ODS y ya pone en práctica acciones dirigidas al desarrollo sostenible.

Entre los planes y acciones que se centran en los ODS, se encuentran los proyectos de Energía Asequible y Limpia, en los que Universo Inox utiliza la energía solar como fuente de energía renovable y cuenta con el sistema Net Metering, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, en los que la compañía se esfuerza por garantizar condiciones de trabajo dignas para sus colaboradores, promoviendo la formación, ofreciendo cursos y fomentando el crecimiento personal y profesional de cada individuo.

Universo Inox también está alineada a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU), con un compromiso con el Desarrollo Sostenible, la promoción





del trabajo decente y el crecimiento económico, y el objetivo del desarrollo sostenible para construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, así como fomentar la innovación.

«Los temas ambientales, sociales y de gobernanza son, actualmente, esenciales, y una preocupación de la empresa es la búsqueda de la sostenibilidad corporativa, respetando las leyes ambientales e implementando acciones para promover la mejor preservación del medio ambiente, además de la inserción de mejores prácticas en la gobernanza y las actividades sociales», enfatiza.

Atención a clientes y empleados

Rosana Silva afirma que reconoce que un equipo comprometido trae pros-

peridad, aumenta la productividad y ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos. «Uno de los aspectos que genera compromiso del equipo es el estímulo personal. Universo Inox anima a los empleados al crecimiento personal y profesional, ofreciendo conferencias, formación y cursos para los interesados», afirma.

La compañía también cree que, para una buena relación con los grupos de interés, es necesario contar con medios de comunicación y diálogo abierto con los grupos. Para ello, la organización invierte en este diálogo abierto y busca tener una comunicación efectiva y facilitadora, con estrategias de comunicación por e-mail, e-mail marketing, redes sociales y whatsapp.

«En la era digital, Universo Inox está presente en este entorno, especial-

mente en las redes sociales, creando una mayor aproximación con nuestros clientes. Estas estrategias, sumadas a las estrategias de marketing digital, ayudan en una relación y conexión con nuestro público objetivo», señala.

También en este contexto, la empresa utiliza métodos para recibir sugerencias y críticas del público objetivo, con formularios de evaluación, en los que abre espacio para la manifestación de los diferentes grupos. Según el propietario y CEO, estas sugerencias o críticas se guían por reuniones para analizar posibles cambios, con el fin de mejorar los procesos y el servicio, con el objetivo de brindar un excelente servicio.

También fueron necesarios cambios. Rosana Silva señala un cambio en el escenario, que califica como casi obligatorio. «Universo tuvo que adaptarse a algunos cambios. La inserción en el entorno digital fue la principal, lo que generó un impacto positivo. Hoy en día, está presente en varias redes sociales, en Google con página web y tienda online, además de estar en los principales marketplaces», asegura.

Al relatar toda la trayectoria de la empresa, la CEO resume que una buena gestión empresarial aporta numerosos beneficios al negocio, desde los procesos hasta el equipo, lo que influye en la relación con el cliente.

«La buena gestión de la empresa hace que nuestro equipo esté alineado con los mismos objetivos y metas, siguiendo los procesos implementados, dando como resultado un buen servicio al cliente, productos de excelente calidad, entregas a tiempo, postventa efectiva, entre otros puntos que siempre se trabajan para mejorar cada vez más. Dichas acciones impactan directamente en la reputación de la compañía, ya que la satisfacción del cliente es crucial para nuestro negocio», concluye.



Lic. Rosana Silva e Souza

RE POR TA JES



COOPERATIVA NACIONAL DE SEGUROS INC, COOPSEGUROS

Coopseguros es la única aseguradora en la República Dominicana en la modalidad cooperativa, contando con asistencia a cooperativas dominicanas, instituciones y empresas sin fines de lucro. Doblemente regulada por la Superintendencia de Seguros y Finanzas y el Idecoop, las actividades comenzaron formalmente en marzo de 1989, después de varios meses de arduo trabajo en una Asamblea General Constituyente.

Con esto, la aseguradora sostiene que su misión es satisfacer las necesidades aseguradoras de las cooperativas y sus asociados, con excelencia en el servicio, teniendo como visión principal ser líder en el sector cooperativo nacional. Para ello, valora los valores de responsabilidad, excelencia, integridad, transparencia y solidaridad.

La Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también figura en las pautas de Coopseguros, ya que la aseguradora destaca que dichos objetivos son una estructura por la cual la humanidad debe vivir, ya que protegen el planeta y sus habitantes, incluidos los valores por los cuales se debe medir la sociedad. «Los ODS deben ser aplicados por los gobiernos y naciones, por ley, e igualmente por las empresas y todos los ciudadanos de nuestro planeta», comenta la empresa.

En este sentido, la institución acoge y apoya todos los esfuerzos ambientales. El complejo Coopseguros cuenta con grandes ventanales para la iluminación natural de las oficinas, así como el reciclaje de papel. También cuenta con mecanismos para educar y promover la gestión ambiental entre colaboradores, proveedores



y contratistas de la comunidad donde opera la empresa. «Asimismo, realizamos campañas de reforestación con Coopersan y la Cooperativa Vega Real, así como una campaña de recuperación de Loma Miranda», garantizan. Respecto a la Responsabilidad Social Corporativa, uno de los proyectos más relevantes en la historia de Coopseguros es el programa de prevención del VIH/SIDA.

Al mencionar la contribución a la satisfacción del cliente y del proveedor, la aseguradora enfatiza el enfoque en el reembolso de los pedidos, ya que vende protección y devuelve excedentes. En esto, la primera acción es escuchar a los asegurados y proveedores interna y externamente. Cuando conoces las necesidades o requerimientos, se realiza una respuesta personalizada y oportuna a las solicitudes, teniendo en cuenta el tiempo. «Cumplimos con los compromisos y fechas acordados, de la misma manera, a medida que coordinamos las formas y medios para dar una solución

conjunta a sus necesidades», señala la cooperativa.

El liderazgo de la aseguradora señala que la naturaleza de Coopseguros es asumir riesgos: «En este sentido, hemos desarrollado toda una estrategia para la satisfacción de nuestras cooperativas socias y sus filiales. En el momento de un accidente, contamos con toda una gama de abogados, talleres, grúas para asistencia vial, así como tiendas de repuestos en toda la geografía nacional», comentan.

Otra parte que gana protagonismo es el Compliance, con la implementación de políticas, procedimientos y acciones para identificar y mitigar los riesgos de lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva, de acuerdo con lo establecido en la Ley 155-17 y demás normativa aplicable, con el fin de evitar posibles violaciones, proteger el deterioro de la imagen de marca y generar

COOPSEGUROS
Cooperativa Nacional de Seguros

Misión:
Misión: Satisfacer las necesidades de seguros de las cooperativas y sus asociados, con excelencia en el servicio.

Visión:
Ser la aseguradora líder del sector Cooperativo Nacional.

Valores Institucionales:
Responsabilidad
Excelencia
Integridad
Transparencia
Solidaridad

MISIÓN VISIÓN



una cultura de Compliance dentro de la institución.

Con este fin, el programa contiene políticas y procedimientos para evaluar y mitigar los riesgos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva; políticas y procedimientos para garantizar altos estándares de contratación y capacitación permanente de sus colaboradores; régimen de sanciones disciplinarias; código de ética y buena conducta; y auditoría interna y externa responsable de verificar la efectividad del programa de cumplimiento.

Los principales retos a los que se enfrenta la aseguradora, en materia de Compliance, y que se deben mantener controlados son

la supervisión continua; ciberseguridad y protección de datos; responsabilidad sobre terceras partes; transformación tecnológica; flexibilidad; y ética empresarial.

Con base en este conjunto de lineamientos y acciones, Coopseguros enfatiza que es importante considerar como alta la importancia de una buena gestión para mantener la reputación corporativa. «Dar respuestas oportunas es una señal confiable de una buena gestión corporativa. Por eso contamos con nuestros recursos humanos para ello, en horarios acordados. Siempre tenemos en mente estas acciones, tanto para nuestros compromisos fiscales y de seguridad social, como con nuestros otros deberes y compromisos», concluye.



COOPSEGUROS

Cooperativa Nacional De Seguros

COOPSEGUROS: NUESTROS SERVICIOS



PÓLIZA DE
FIANZA



RESPONSABILIDAD
CIVIL MÉDICA



SEGURO DE VIDA
COLECTIVO



SEGURO DE
**TRANSPORTE Y
CARGA**



INCENDIO Y
LÍNEAS ALIADAS



SEGURO DE
VEHÍCULOS



C/HNOS. DELIGNE #156, GAZCUE
SANTO DOMINGO D.N. REPÚBLICA DOMINICANA

DISS DOMINICANA S.R.L

Diss es una corporación multinacional dedicada a la venta, distribución y servicio de soluciones médicas como Equipo Capital, Soluciones Digitales y todos los consumibles necesarios para centros de servicios de salud privados o institucionales, centros de diagnósticos y organizaciones relacionadas.

Además, la empresa es especialista en equipos de imágenes médicas y representan la marca Siemens Healthineers en todos sus territorios, complementando su portafolio con plataformas de soporte de radiología de la más alta tecnología y con una amplia gama de soluciones médicas, como medios de contraste, monitores y detectores, equipos de protección radiológica y mucho más.

La directora regional de mercadeo, Emily González Izquierdo, explica que Diss inició operaciones en 2001 en Florida, gracias al sueño de sus fundadores, Rubén García Senior y Cesar T. Guzmán. En el mismo año, comenzó sus actividades en Puerto Rico. Desde 2016, la compañía se ha expandido a República Dominicana y Guatemala y, desde 2020, está presente en Honduras y Jamaica.

Emily González cuenta que la empresa está comprometida con la búsqueda de la excelencia empresarial, con un enfoque dinámico que considera las relaciones con clientes, accionistas, colaboradores, proveedores y la comunidad, promoviendo la calidad en todas sus manifestaciones como una forma de garantizar la confiabilidad de sus





productos, la prestación de servicios y la preservación del medio ambiente.

Con esto, los objetivos de calidad se basan en los siguientes puntos: exceder las necesidades de nuestros clientes brindando un servicio eficiente, confiable, de calidad y en los tiempos justos; prevenir la contaminación ambiental, las actividades ilícitas, las lesiones y enfermedades profesionales; mantener sistemas de comunicación eficaces con nuestros clientes, que permitan conocer sus necesidades y su grado de satisfacción; asegurar la capacitación del personal involucrado en el sistema de gestión de calidad, en todos los niveles; mantener un alto nivel de conciencia y de desarrollo en el sistema de gestión de calidad de DISS, de tal manera que pueda generar confianza a las partes interesadas; e implementar acciones que permitan la mejora continua de los procesos.

«Nuestra Política de Calidad está orientada a crear una cultura de mejoramiento

continuo de procesos, a la participación del capital humano capacitado que promueva la calidad de nuestros servicios, a desarrollar un ambiente de trabajo adecuado para prevenir eventos que afecten la seguridad y salud de nuestros colaboradores, la calidad del producto y el medio ambiente», garantiza la directora.

La ejecutiva también llama la atención sobre la visión de DISS de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que implica esperanza y optimismo. Ella enfatiza que el alcance mundial y aplicación universal de estas causas indiscutiblemente tendrán siempre un impacto invaluable en el desarrollo de nuestra sociedad. «DISS busca ser activamente partícipe de estos objetivos siendo fuente de trabajo digno en una industria que se encuentra en crecimiento económico, practicando la igualdad de género y sobre todo siendo fuente de colaboración científica y práctica para el sector de la salud», menciona. Respecto a la temática ambiental, las iniciativas en la compañía tienen como ob-

jetivo satisfacer la creciente demanda de energía y productos, optimizando la contribución al desarrollo sostenible para cubrir las necesidades actuales sin comprometer las de las generaciones futuras. Así, las prácticas empresariales de Diss tienen como objetivo crear valor a corto y largo plazo, maximizar los impactos positivos, minimizar los posibles impactos negativos en la sociedad, el medio ambiente y toda la cadena de valor, a través de un comportamiento ético y transparente.

En vista de ello, la compañía se compromete a promover las mejores prácticas en sostenibilidad, revisando periódicamente su desempeño y conociendo y analizando las expectativas de los diferentes grupos de interés de la compañía en todos sus territorios, como accionistas y la comunidad financiera, colaboradores, clientes, socios, proveedores, comunidades locales y la sociedad en general.

«DISS posee pautas de actuación, conforme a sus valores en asuntos como el respeto de los derechos humanos, protección del medio ambiente, salud y seguridad, gestión de la energía y lucha contra el cambio climático, uso eficiente de los recursos, diversidad, igualdad de oportunidades, responsabilidad fiscal y social, prevención de conductas ilegales y lucha contra la corrupción», afirma.

Cada año, Diss también se identifica con una causa específica alineada con los ODS. En 2021, la compañía realizó donaciones de útiles escolares al Hogar del Niño en República Dominicana impactando la escolaridad de más de 1800 niños del pueblo de la Romana,

República Dominicana. «Aportes como éste son parte de su búsqueda incansable de generar un impacto positivo y sostenible en la calidad de vida y educación de su comunidad», sostiene la empresaria.

También en este contexto, como una de las iniciativas destacadas, está la participación, junto con la Fundación David Ortiz y el Despacho de la Primera Dama de la República Dominicana, en la instalación y puesta en funcionamiento de la primera sala de cateterismo pediátrica del país. La misma será utilizada para realizar procedimientos cardiovasculares a niños y jóvenes que lo necesiten a través de la Fundación David Ortiz.

«La empresa se encuentra muy complacida de formar parte de estas iniciativas y de acompañar a estos equipos multidisciplinarios al desarrollo de la medicina del país, siendo fuente de la tecnología más avanzada y la gran experiencia de nuestros profesionales», menciona Emily Gonzáles.

También destaca que Diss es una empresa que vive los valores de Calidad, Integridad, Innovación, Sentido de Urgencia, Comunicación y Ejecución, y que cada uno de los eslabones del personal de la corporación mantiene la internalización de estos principios y, tanto interna como externamente, su filosofía guía toda la toma de decisiones. En esto, el servicio al cliente es uno de los pilares más importantes, además del Departamento de Servicio, en el que todos los colaboradores tratan con los más altos estándares de apertura a las necesidades de los clientes, con la misión de superar las expectativas.

La empresa entiende que la sostenibilidad debe integrarse en todos los territorios, niveles empresariales y organizativos de la Compañía, asegurando la disponibilidad de los recursos necesarios, considerando la perspectiva de los grupos de interés, con instrumentos para gestionar los riesgos y oportunidades de sus actividades, con el objetivo de prevenir daños a las personas (colaboradores, contratistas y clientes), al patrimonio y al medio ambiente, así como reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero, ayudando a mitigar los efectos del cambio climático, garantizando un suministro energético seguro, eficiente y asequible. Además, garantizar el cumplimiento de los requisitos legales vigentes, así como los suscritos por la organización; establecer objetivos para contribuir a las metas establecidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, evaluar y revisar sistemáticamente sus sistemas de gestión y control de riesgos, estableciendo mecanismos de mejora continua, evaluando el desempeño a lo largo del ciclo de vida y tomando las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos, definiendo procesos de verificación, auditoría y control para asegurarlos.

La empresa también se enfoca en la acción de transferir la cultura de la sostenibilidad a toda la cadena de valor, incluidos, entre otros, clientes, socios, proveedores de productos y servicios; responder de manera transparente a las partes interesadas, a través de indicadores de desempeño económico, ambiental y social que se divulgan en

los informes de la empresa; y promover la búsqueda de negocios sostenibles y economía circular, suscitando la creación de valor social, estableciendo alianzas y colaboraciones con otros grupos de interés.

Diss también cuenta con un departamento regional de Calidad y Cumplimiento liderado por su Directora Regional de Cumplimiento, Geraldine Rodríguez. La empresa se maneja con los más altos estándares internacionales de cumplimiento en la región, cumpliendo con la Ley Sunshine, así como con la legislación de cada uno de los países donde mantiene operaciones corporativas. «El desarrollo de procesos integrales y transparentes, así como las relaciones comerciales confiables tanto con sus proveedores como con sus clientes son un baluarte de su sistema administrativo», comenta la directora.

«Una buena gestión es vital para mantener la reputación y el conocimiento de Diss como empresa local y extranjera. Sus fundadores, Rubén García Senior y César Guzmán; su vicepresidente ejecutivo, Rubén Arturo García; sus gerentes generales, Stacy Núñez, para República Dominicana y Jamaica, Mariano Parlatto, para Puerto Rico, y Otto Blanco, para Guatemala y Honduras, aseguran constantemente operaciones completas en cada uno de sus territorios, y cualquier acción inapropiada de cualquier empleado que pueda de alguna manera perjudicar el mantenimiento de las operaciones dentro de la legalidad y excelencia es intolerable», concluye.



@dissimaging



@diss

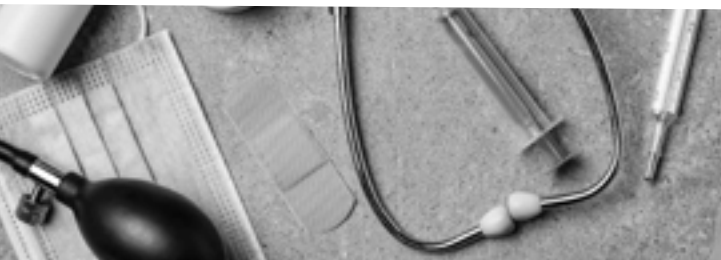
www.diss.com



Approved Partner



DISS MEDICAL SOLUTIONS



Digital Solutions



KONICA MINOLTA



DATOS



INFORMACIÓN



ANÁLISIS



ACCIÓN

HG LOGISTICA

En el mercado desde hace 33 años, la actividad principal de HG Logística es el transporte y distribución de productos de consumo masivo, cargas refrigeradas, cargas IMO a nivel nacional e internacional, específicamente MERCOSUR. Dentro de sus múltiples tareas, también se encuentra el transporte de pasajeros enfocados a empresas. La empresa está ubicada en Asunción, Paraguay.

Actualmente, la organización emplea a más de 180 personas, entre personal administrativo, conductores y guardias de seguridad, al tiempo que genera 100 empleos indirectos. Los servicios están dirigidos a cualquier empresa importadora, distribuidora o fabricante que necesite la movilización de sus productos a los puntos de consumo final, ya sea

para minoristas, tiendas de conveniencia o cualquier punto de venta.

El gerente general Herib Raúl Gonzáles explica que HG Logística ha desarrollado proyectos de capacitación de colaboradores en el uso de programas de Microsoft, específicamente Excel, y ha implementado la sistematización de software, además de invertir en la contratación de una agencia de publicidad para desarrollar su marca. El gerente señala que el principal desafío es la dificultad de los colaboradores en el uso de la tecnología, lo que puede imposibilitar la sistematización de manera rápida y ordenada.

Como empresa paraguaya de Logística, la organización es pionera en incorporar





un potencial femenino, con un marco calificado en igualdad de condiciones para cumplir con las mismas responsabilidades que el género masculino, con movimiento de vehículos pequeños, medianos y grandes. «El sector femenino no es menos profesional en la conducción de vehículos de reparto, lo que le da a HG Logística una gran satisfacción en tener una imagen diferente y principalmente inclusiva», sostiene.

De la misma manera que busca la igualdad de género dentro de la empresa, HG Logística procura mantener a sus colaboradores capacitados dentro del área en la que operan, a través de capacitación logística, herramientas informáticas, entre otros.

En las iniciativas ambientales, Herib González llama la atención sobre la acción de reciclaje de todos los materia-

les orgánicos e inorgánicos, que es el principal foco en la corporación. Señala que, hoy en día, cuentan con convenios entre empresas que recolectan desechos o productos sobrantes de sus sedes, como lubricantes, basura, cartón, cubiertas, baterías, entre otros. Además, la flota se renueva cada cinco años. Actualmente, no existe una medición de impacto, sino, al mismo tiempo, una generación de ingresos para las empresas que utilizan estos materiales reciclados.

El gerente general enfatiza que HG Logística es responsable de entregar los productos en los diferentes puntos de venta. En esto, durante el traslado y la manipulación, dichas piezas pueden sufrir daños en el embalaje —que no interfieren precisamente con el consumo—, pero la empresa absorbe los costos y realiza, cada mes, donaciones de los mismos productos adecuados para



el consumo a diferentes hogares para niños y ancianos.

Entre las principales características como empresa líder en transporte logístico se encuentra el servicio personalizado, el seguimiento y el soporte constante, ofreciendo un servicio a medida, de acuerdo con las necesidades del cliente, manteniendo precios estables sin variación en la calidad.

Del mismo modo, HG Logística forma parte del Gremio del Transporte y apuesta por la implantación de leyes, reglamentos u ordenanzas, siguiendo los diferentes proyectos para el mejor desarrollo de los colectivos, como la regulación de precios por el aumento del combustible.

Herib Gonzáles comenta que, al trabajar con corporaciones multinacionales, la empresa se rige a través de las pautas de cumplimiento de compliance de las empresas con las que trabaja, dentro de las principales pautas se rige la no discriminación, no a la explotación infantil, la correcta paga salarial, entre otros.

Finalmente, el gerente resalta que todas estas acciones e implementaciones integran una buena gestión y reflexionan sobre el desempeño de la empresa. «La reputación corporativa de la empresa es a lo que hoy se denomina “la mejor publicidad”. Gracias a ella, HG Logística va constantemente generando nuevos contactos, fruto de un desarrollo de una buena gestión y servicio para con sus clientes que finalmente deciden recomendar a la empresa», resume.



Asegurá tu distribución con logística de primera

Hg Logística cuenta con 33 años de experiencia en transporte y distribución de productos de consumo masivo, cargas generales refrigeradas, cargas ima y transporte de pasajeros enfocados en las empresas con excelencia por todo el país y el Mercosur.

Tel: (+59521) 672489
Cel.: (+595981) 520201
hg@hglogistica.com
www.hglogistica.com

Ybyturuзу esq. Máximo Caballero
Asunción - Paraguay



ANDRESA FERREIRA ADVOCACIA E ASSESSORIA JURÍDICA

Andresa Ferreira Advocacia e Assessoria Jurídica es un despacho enfocado en la prestación de servicios legales a productores rurales, tales como consultorías y asesorías en el campo agroindustrial, tanto para personas físicas, jurídicas y otras empresas en el campo. Las actividades comenzaron en agosto de 2021, en la ciudad de Tapurah, en el estado de Mato Grosso - Brasil, con el fin de iniciar acciones legales en el área agrícola, en la cuna de la agricultura.

Como representante del despacho y creadora del proyecto, la Dra. Andresa Ferreira, propietaria-socia, creció en el campo y se enamoró de la producción agrícola y del mercado agroindustrial, especializándose en la zona, devolviendo sus actividades legales específicamente al ruralismo y actuando para el productor rural.

Según la Dra. Andresa Ferreira, uno de los retos encontrados al inicio de los trabajos fue presentar al productor rural la importancia del asesoramiento jurídico para el mantenimiento y viabilidad de su actividad, de forma que se adaptara a las normas, especialmente medioambientales, y destacar de la forma más técnica posible la importancia de la organización empresarial de una actividad, que durante mucho tiempo se ha equiparado a la empresa en Brasil.

«Otro desafío constante es incentivar a los productores rurales a adoptar prácticas y políticas sostenibles, dado que el principal instrumento de trabajo del

ruralista es el medio ambiente. De esta manera, la Agroindustria y el medio ambiente deben estar en armonía», comenta la socia-propietaria.

También en este contexto, señala que la ausencia de una legislación específica enfocada en la Agroindustria y todas sus especificidades también hacen que la disposición legal sea más burocrática, un fracaso que dificulta el desempeño de los profesionales agropecuarios, ya





que todo el mercado, las costumbres y las actividades mismas deben ser presentadas a fondo para una correcta interpretación del juez.

Una de las directrices para las acciones de la firma es la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que la compañía entiende este tema como fundamental para el mantenimiento a largo plazo de la agricultura.

«El medio ambiente es el principal instrumento del productor rural, y es de suma importancia que aprendan a convivir. Brasil es un punto culminante en el comercio mundial de agronegocios y también somos una referencia en la amplitud de la fauna y la flora. Es necesario entender ambas áreas para encontrar un equilibrio entre ellas y mantener a nuestro país en protagonismo positivo en ambos casos», explica.

Ante esto, la firma trabaja para implementar un programa social de Responsabilidad Ambiental enfocado en

la sostenibilidad en el ámbito de la Agroindustria hasta el año 2024, con el fin de incentivar a los productores rurales del estado de Mato Grosso a actuar con conciencia ambiental, dada la importancia del medio ambiente para la actividad agrícola.

Al comentar la contribución de la oficina a la satisfacción de clientes y proveedores, la Dra. Andresa Ferreira señala que la empresa valora y entrega un trabajo serio, digno, ético y profesional. Destaca que el principal interés es el mantenimiento de la actividad rentable de los clientes, prestando servicios especializados para su desempeño empresarial.

Por otro lado, las sugerencias y posibles críticas al público suelen producirse de forma presencial, durante o después de la prestación de los servicios. Según la socia-propietaria, dichas demandas son recibidas y escuchadas con atención y respeto, de modo que uno puede extraer de cada retroalimentación lo que es útil para la mejora del trabajo.



Además, el despacho Andresa Ferreira ofrece atención in situ a sus clientes productores, analizando técnicamente sus producciones, anticipándose a posibles problemas, como plagas, patrón comercial inadecuado, suelo deteriorado y problemas climáticos. De esta forma, es posible anticiparse a los probables problemas a los que se enfrentará y ofrecer un servicio adecuado y ágil cuando sea necesario.

«Los mayores retos son muy similares a los que enfrenta el propio productor, porque, como estos, los profesionales del derecho agroindustrial también tienen sus resultados directamente relacionados con la vulnerabilidad de los problemas climáticos y productivos. Entonces, aunque los análisis se realizan al inicio de cada período de cultivo, la realidad analizada siempre puede cambiar, si el clima cambia inesperadamente, el mercado internacional o infestaciones de plagas no predecibles, por ejemplo», menciona.

La empresa también utiliza en sus piezas judiciales, especialmente las defensas, el visual law y el comercio del agro esquematizado, para que el juez, que muchas veces no tiene intimidad con la Agroindustria, entienda a fondo la relación comercial que se presenta, aplicando la ley de la manera correcta posible.

La Dra. Andresa Ferreira destaca que todas estas acciones y proyectos, incluidos los que aún se implementarán, ponen de relieve la buena gestión, esencial para una reputación positiva. «La gestión empresarial de un despacho de abogados que asesora a la Agroindustria, en vista de las ramificaciones que presenta la actividad, el público específico con el que operamos y también el enorme mercado agrícola, es fundamental para la subsistencia del negocio», concluye.



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

ASSOCIAÇÃO DE PROFESSORES E SERVIDORES PÚBLICOS DO MAGISTÉRIO OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO - APROESP

Aproesp es una entidad constituida para fines de estudio, coordinación, protección y representación legal de la categoría profesional de funcionarios del Magisterio Oficial del Estado de São Paulo, activos, inactivos y pensionistas, ocupantes de cargos y/o funciones-actividad y miembros de clases magistrales.

Incluye, además, supervisor de enseñanza, director de escuela, asesor educativo, coordinador pedagógico, director regional de enseñanza y otros especialistas de la enseñanza oficial del Estado de São Paulo.

Tiene un plazo indeterminado, con sede y foro en la ciudad de São José dos Campos, teniendo como base todo el estado de São Paulo y la intención de colaborar con las

autoridades públicas y otras asociaciones en el sentido de la solidaridad social y su subordinación a los intereses nacionales.

Con esto, el público objetivo son servidores públicos estatales, federales y municipales, ubicados en reparticiones públicas de administración directa, indirecta y fundacional, a través de servicios directos e indirectos.

La CEO de APROESP, Profa. Silvia Maria Costa Fracote, explica que las actividades comenzaron el 8 de septiembre de 1973, fruto de un descontento que generó una acción, a través de un grupo de docentes y servidores públicos del Valle de Paraíba, quienes se reunieron para discutir la falta de representatividad profesional de la categoría.





Ella comenta que APROESP, en su existencia, tuvo como principales desafíos, haber participado activamente en el tema de la redemocratización brasileña, la amnistía y el retorno al estado democrático de derecho.

“[La institución] ha luchado por la calidad de la enseñanza, por la formación de docentes, desarrollando proyectos de lectura, artes, inclusión social y digital en Brasil, habiendo participado también en varios eventos internacionales en Chile, Uruguay, Argentina, Cuba, Panamá, así como en otros países de América Latina y el Caribe”, dice.

Este año se reforzará un proyecto centrado en la Calidad Total, ya que se viene implementando desde 2018. Según la Profa. Silvia María Costa, el programa comenzó con la renovación total de la propiedad de la oficina central, como partes de albañilería, pintura, automatización de puertas, cambios de ventanas y monitoreo electrónico, así como la adopción

de nuevos uniformes para los colaboradores.

Señala que las principales agendas de Calidad Total deseadas se concentran en la satisfacción total de asociados/clientes. «El enfoque principal de nuestra Asociación es desarrollar la satisfacción total de sus asociados y clientes, a través de la gestión participativa, manteniendo la constancia de propósitos, la mejora continua, el desarrollo de RRHH, el aseguramiento de la calidad y, principalmente, la no aceptación de errores», enfatiza.

Al comentar la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la CEO explica que el punto de vista de APROESP es que la preocupación por la sostenibilidad ya se ha convertido en una prioridad global, lo que no es diferente para la Asociación.

«Como entidad, siempre estaremos participando en diferentes formas de colaboración que buscan garantizar que las

características únicas de las comunidades desfavorecidas desde un punto de vista socioeconómico se utilicen para promover el desarrollo local sostenible», afirma.

También enfatiza que, al trabajar en el concepto de asociación y los medios de implementación, Aproesp apoya el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 17, que tiene como objetivo fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Ante esto, diferentes iniciativas cuentan con el apoyo de APROESP, como las relacionadas con temas ambientales, incluyendo la difusión de temas relacionados con este tema. Asimismo, la Responsabilidad Social Corporativa gana protagonismo.

La Profa. Silvia Maria Costa comenta que, en 2018, la Asociación fue reconocida por su compromiso social, habiendo sido galardonada por la Empresa Internacional de Calidad, que le otorgó, en la categoría Asociación, el Premio Calidad Brasil 2018, porque ha cumplido y ha venido cumpliendo con las prerrogativas y propósitos establecidos en su estatuto.

Esos lineamientos son: institución y mantenimiento, a través de acuerdos/asociaciones y/o por cuenta propia de unidades de cultura artística, física o intelectual dirigidas a los asociados y sus dependientes, con el objetivo de mejorar las actitudes de carácter, formación y hábito, dentro de los principios

morales para que puedan proporcionar una conducta ejemplar de la vida en la comunidad, el hogar y el servicio público para el honor familiar, comunidad y asociación; educación secundaria, primaria y universitaria, incluidos cursos de especialización y extensión universitaria; y la recreación para que los asociados y sus dependientes desarrollen agilidad espiritual, física, mental, moral, mental y social en el conjunto del deporte y el ocio.

En este contexto, la entidad destaca la iniciativa dirigida a respetar a clientes, proveedores y colaboradores, buscando siempre ofrecer servicios de calidad, siempre apuntando a trabajar más por la valorización y aproximación con los asociados y practicar la recepción.

La directora refuerza que la base para mantener una relación con los asociados / clientes internos y externos es estar siempre presente. «Así, hemos sido capaces de detectar las necesidades reales y proponer soluciones más asertivas. Por ejemplo, buscamos ofrecer a nuestros asociados y/o clientes externos contenido relevante, información útil e incluso promociones», afirma.

Otra atención es con el fortalecimiento de las habilidades de servicio al cliente, mayor empatía, paciencia y uniformidad. La Profa. Silvia María Costa señala que cada asociado es diferente, y esto exige la adopción de una comunicación clara, siempre con ética de trabajo, ampliando el conocimiento y no dejando influir.



Para ello, el buen trato en la primera relación asociado-asociación es determinante, asegurando así una buena experiencia de usuario. «Esa experiencia no se vive solamente con base en factores pasados. El asociado/cliente necesita toda la atención y cuidado, incluso veces después de la finalización de su registro como socio, manteniéndolo informado de las acciones y beneficios que ofrece la Asociación, para que se sienta constantemente acogido y permanezca en nuestro registro de membresías», comenta.

La parte de Compliance se lleva a cabo a través de acciones prácticas destinadas a garantizar relaciones éticas/transparentes entre colaboradores, directores, practicantes, colaboradores, organizaciones, autoridades públicas y otras personas interesadas. Con el fin de minimizar los riesgos de negocio, el Compliance es la línea maestra que guía el comportamiento de una asociación y/o

empresa y evita riesgos y mayores costos ante el mercado y/o nicho en el que opera.

Las principales agendas son el órgano responsable del programa de Cumplimiento o Integridad; perfil y análisis de riesgos; estructuración de reglas e instrumentos (normas de ética y conducta: normas internas de la asociación); y estrategias de monitoreo continuo.

«Creemos que si una asociación tiene una buena reputación, se puede contar con una mayor cuota de mercado o en el nicho en el que opera. Esto se debe a que la reputación se basa en una relación sólida. Por lo tanto, una buena reputación significa que su organización realmente cumple con todo lo que promete», concluye.

KCS CORREDORES DE SEGUROS

La prestación de un excelente servicio al cliente con calidez, rapidez y eficiencia está en el ADN de KCS Corredores de Seguros, empresa ubicada en Lima, Perú, especializada en cubrir las necesidades de seguros de vida y salud de los miembros de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional del Perú.

El principal objetivo de la compañía es ayudar a los individuos, familias, empresas y comunidades a conocer y experimentar las mejores formas de asegurar su futuro, activos y activos, apoyados en la experiencia, el conocimiento y el servicio al cliente. Su visión principal es ser líder en su rubro, con base en la plena satisfacción de sus colaboradores y clientes.

Según la organización, hoy, más que nunca, tras el periodo de la crisis sanitaria de

la COVID-19, se reconoce y valora la importancia de la salud, la vida y la familia. Para ello, todo el cuerpo de la empresa busca brindar tranquilidad y seguridad a todos los clientes a través del ADN de KCS, compuesto por cordialidad, rapidez y eficiencia.

Esto se debe a la vasta experiencia de los profesionales en el mundo del seguro, ya que la empresa empodera a sus colaboradores con un liderazgo basado en el valor humano y familiar, mientras innova continuamente para cumplir con la mejor opción de protección para los clientes y sus seres queridos.

En los servicios que presta la empresa, se encuentra el Seguro de Ahorro, que garantiza la protección a la familia ante un evento futuro y, al mismo tiempo, ofrece



asistencia como herramienta de ahorro, en la que la persona puede recuperar lo aportado en un determinado periodo de tiempo.

El Seguro de Vida a Corto Plazo se contrata por un periodo de tiempo determinado. De esta forma, la cobertura del riesgo queda limitada en el tiempo contratado. El Seguro de Vida a Largo Plazo, por otro lado, brinda cobertura vitalicia donde la suma asegurada se mantiene constante durante la vigencia del seguro.

El Seguro Académico es un producto que permite anticiparse al mañana y asegurar desde hoy el pago de la formación académica universitaria de los hijos o beneficiarios.

Por el lado de la salud, el Seguro de Accidentes es un seguro que protege por daños a la integridad física del asegurado producidas por eventos fortuitos. La Asistencia Médica cubre los gastos del asegurado, así mismo acceder a los diferentes servicios médicos, a través de una red conformada por clínicas, médicos particulares y laboratorios, entre otros. A su vez, el Seguro Oncológico cubre las atenciones antes, durante y después de que se detecten un cáncer, desde los chequeos de prevención, el tratamiento completo y cirugías, de ser necesarias.

KCS también relaciona el ámbito patrimonial, con el Seguro de Vehículo, que permite a la persona tener la tranquilidad de que su auto está protegido ante



daños producidos como consecuencia de accidentes, cubriendo también a terceros. El Seguro de Viaje permite al asegurado viajes protegidos y despreocupados ante cualquier imprevisto. Y en el Residencial, se contempla la protección de la vivienda y/o los bienes que se encuentren en ella.

Respecto a los Seguros Empresariales, la organización trae una amplia lista de servicios, como SCTR, un seguro que brinda el empleador a sus trabajadores de forma obligatoria. Su objetivo es salvaguardar la salud física y mental de los trabajadores en actividades de alto riesgo. En el caso de EPS, se brindan servicios de salud privada a los trabajadores



que están afiliados a ella y complementan la cobertura de EsSalud.

El Seguro Vida Ley, un seguro obligatorio, es contratado por el empleador en favor de sus trabajadores, que contempla coberturas como muerte natural, accidental o invalidez, por eventos ocurridos tanto dentro como fuera del ambiente laboral. Por su lado, el Seguro de Aviación cubre los gastos a consecuencia de un accidente sufrido por una aeronave.

Además de los seguros mencionados, la empresa cuenta con el Seguro de Transporte, Seguro de Incendio, Seguro CAR; Seguro de Rotura Maquinaria;

Seguro de Responsabilidad Civil; Casos Marítimos; Multirriesgos; TREC, Robos y Asaltos; Seguro de Caucción/Crédito; Seguro 3D; Seguro EAR; y Seguro de Equipos Electrónicos.

Ante esto, la compañía señala que, como parte de la cultura organizacional, se fortalecen constantemente lazos de unidad y solidaridad. «Lo que marca un diferencial dentro del mercado asegurador», comenta. «KCS cree que solo hay una vida, y hay que vivirla bien, sanamente y con nuestra querida familia. KCS le brinda las oportunidades para facilitar su bienestar y seguridad», concluye.

**ESTAMOS PRESENTES, ESTAMOS CERCA
CONOCE NUESTROS PRODUCTOS**

Nuestros Seguros



**Accidentes
Personales**



**Asistencia
Médica**



**Seguro
de Vida**



**Seguro
Vehicular**



**Seguro
Oncológico**



**Seguro
SOAT**



**Seguro
Hogar**



**Seguro
Viajes**

Seguros Empresariales

- EPS
- Aviación
- Casco Marítimo
- Caución/Crédito
- Deshonestidad
- 3D (Deshonestidad/
Destrucción/Desaparición)
- Incendio
- Lucro Cesante
- Responsabilidad Civil
- Robo y Asalto
- Transporte
- Multiriesgos
- Seguro de Carta Fianza
- EAR
- Car
- Rotura de Maquinaria
- TREC
- Equipo Electrónico



Contáctanos:



KCS
Corredores de Seguros

BUCCI ADVOCACIA

Bucci Advocacia es un tradicional despacho ubicado en la ciudad de Or-lândia, en el estado de São Paulo, con casi 100 años de existencia. Inicialmente, el trabajo se llevó a cabo en las áreas Penal y Civil, por el Dr. Júlio Bucci, quien más tarde recibió como homenaje de la ciudad un barrio a su nombre.

Según el actual administrador y gerente de la firma, Dr. Fábio Abrahão Bucci, por la historia de Bucci Advocacia, también pasó el Dr. Júlio Cesar Massaro Bucci, con actuaciones en las áreas de Derecho del Consumidor, Penal, Civil, Laboral y Empresarial. Hoy, las obras se dirigen al Derecho Laboral, Civil y Empresarial.

Así, en las acciones relacionadas con el derecho laboral, en general, existe una regulación de la relación jurídica entre colaboradores y empleadores, siempre basada en principios y leyes laborales. Uno de los criterios para este alcance es la Consolidación de las Leyes Laborales (CLT).

En el ámbito del Derecho Civil, la atención se centra en las relaciones jurídicas, como las obligaciones y los derechos, tanto de las personas físicas como de las personas jurídicas, en el ámbito civil. En esto, también

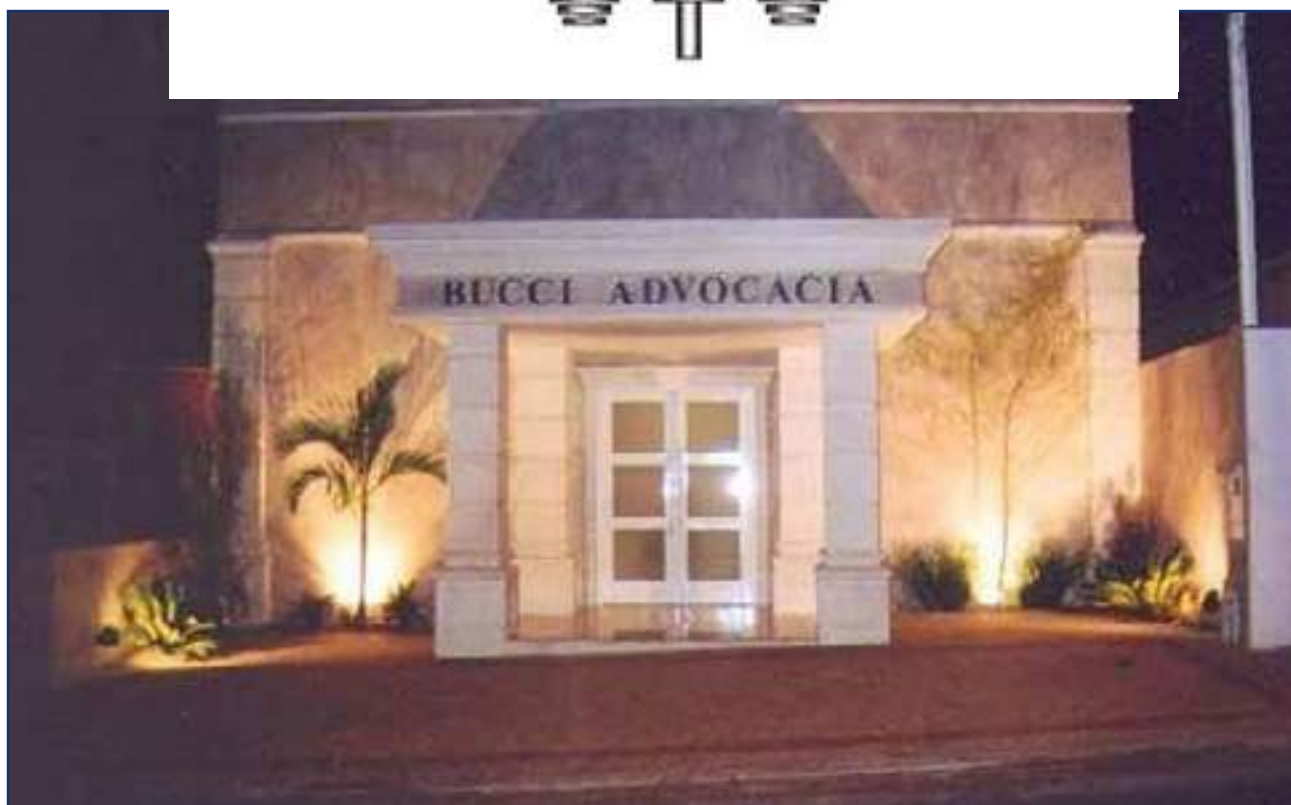
se entiende como una rama que tiene como objetivo la aplicación de las reglas y conductas que deben tener dichas personas en la sociedad.

En Derecho Empresarial, la atención está en el cuidado del ejercicio de la actividad económica organizada, en este caso empresas y organizaciones. Esto está relacionado con la resolución de conflictos de interés de empresarios o vinculados a las corporaciones que operan.





BUCCI ADVOCACIA



Así, debido a la búsqueda de la excelencia y la calidad en todas las fases, Bucci Advocacia es reconocida por el Latin American Quality Institute (LAQI) con los Latin American Excellence in Law Awards, lo que atestigua credibilidad al despacho de abogados.

El reconocimiento también se da por la alineación con el Latin American Excellence Model (LAEM), desarrollado por LAQI, que considera el compromiso con la excelencia, con la autoevaluación global de la organización y la implementación de un plan de mejora continua; reconocimiento de la excelencia; y certificación y condecoraciones.



STRONGER

HÁ 19 ANOS PROPORCIONANDO MAIS SAÚDE
E TRANSFORMANDO VIDAS ATRAVÉS
DA ATIVIDADE FÍSICA

MEGA ESTRUTURA
NA REGIÃO DE
SÃO GONÇALO
E ITABORAÍ

UM TIME DE
PROFISSIONAIS
ALTAMENTE
CAPACITADOS

PLANOS
COMPLETOS E
ACESSÍVEIS

AULAS
COLETIVAS
PARA DIFERENCIAR
A ROTINA DE
TREINOS

ATENDIMENTO
DIFERENCIADO
E DE
QUALIDADE

WWW.STRONGER.COM.BR



STRONGERACAD

D'CAMPOS CONSULTORIA E CONTABILIDADE

Con servicios enfocados en el mercado corporativo, D'Campos brinda soluciones de contabilidad y consultoría para organizaciones de cualquier tipo, enfocándose en empresas y seguros dentales, así como en la satisfacción del cliente, brindando crecimiento e ingresos. El trabajo también reflexiona sobre la preocupación por desempeñar su función apropiada como parte integral de la sociedad, en los más diversos temas sociales.

Ubicada en Maceió, en el estado de Alagoas, con sucursal en Aracaju, en el estado de Sergipe, la empresa brasileña se organizó con el objetivo de atender a sus clientes de manera efectiva, y busca monitorear y actualizarse siempre con

los constantes cambios de legislación que se dan en el país, buscando integrarse armoniosamente.

D'Campos Consultoria e Contabilidade también cree que, con ello, presenta una propuesta renovadora que no pretende ser exclusiva o monopolizadora. «Después de todo, creemos que a través de la pluralidad de opciones se debe construir una sociedad democrática y abierta», comenta la firma.

Con esto, la visión de la corporación es ser líder nacional en consultoría de negocios con calidad y excelencia. Para ello, los valores conforman la empresa y pasan por la prontitud con los clientes, el comportamiento ético y transparen-





te, el trato respetuoso con todas las personas y la calidad en todo lo que hace.

A esto se suma la política de calidad, que consiste en promover la satisfacción permanente del cliente a través de la mejora continua de los servicios, buscando continuamente el bienestar de los colaboradores a través de la mejora de todos los procesos de trabajo y la promoción de la calidad de vida.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) están presentes en las decisiones de la compañía. Según el Gerente Regional y de Relaciones Danilo de Campos,

los residuos ya no son un problema importante para el mundo. «La sociedad se ha vuelto más e incluso con las advertencias de la naturaleza, los vicios continúan. D'Campos está en sintonía con la sostenibilidad global y aporta su parte en el mundo», subraya.

También señala que el medio ambiente es uno de los grandes temas a tratar en este siglo y añade que la empresa está atenta a esta temática, aportando su parte y teniendo proyectos ya en fase de ejecución, con acciones e incentivos que involucran a todo el equipo.

«De esta manera, todo el papel usado y/o desechado es triturado y enviado a estaciones de reciclaje, así como todos los baños contienen letreros con frases informativas para evitar desperdicios y fomentar el consumo consciente», señala el gerente regional y de relaciones.

En el campo de la Responsabilidad Social Corporativa, la organización también tiene iniciativas, como «Amor Sem Dimensão» y «Fraternidade Sem Fronteiras», ambos proyectos que se encuentran en fase final de ejecución, siendo diseñados desde julio de 2019.

«A través de estos proyectos, buscamos mejorar el pensamiento y la actitud de todos los colaboradores y clientes, teniendo como objetivo principal lograr la igualdad, el respeto y la moral social en el mundo», señala Danilo de Campos, destacando que todos los proyectos de D'Campos son de mucha importancia.



El empresario llama la atención sobre el propio programa de Compliance de la compañía, que se sigue al pie de la letra. Para ello, se dan ejemplos de pautas como la ética profesional, el cumplimiento de las leyes y normas internas de convivencia y el seguimiento de la normativa de los organismos especializados. A su vez, el principal reto es cumplir con todo el cumplimiento con la menor tasa de error posible.

Para D'Campos, la calidad del servicio y la confianza en la empresa son las principales razones de satisfacción del cliente. Según Danilo, por la misma razón, la corporación es una referencia nacional en

servicio y excelencia en todos los servicios prestados, lo que también se refleja en la reputación corporativa.

«Una buena gestión empresarial es la base del éxito de la empresa. La reputación es una consecuencia de una buena gestión. Lamentablemente no existe una “receta mágica”, pero si le damos su debida importancia, la reputación de la empresa será la mayor posible», concluye.



**PUBLI PLUS
TEXTIL**



CONFECCIÓN DE UNIFORMES Y ROPA INDUSTRIAL



¿QUIÉNES SOMOS?

Publi Plus Textil es una empresa que se dedica a la confección y producción de ropa industrial y a la manufactura de merchandising.

¿QUE PRODUCTOS OFRECEMOS?

Somos una empresa que ofrece diversos productos y artículos como: mamelucos, chalecos, poleras, camisas, pantalones, casacas, conjuntos deportivos, gorros, mochilas, portalunch, canguros, etc.

📞 983 279804
941 351684

✉ publi.plus@hotmail.com

🌐 www.ropaindustrial.confeccionespibliplus.com

SÍGUENOS:



ASSOCIAÇÃO PERUANA DE ESTUDANTES DE ECONOMIA - APEECO

La Asociación Peruana de Estudiantes de Economía (APEECO) es una asociación sin fines de lucro que asocia a jóvenes estudiantes de las ciencias económicas y empresariales con el objetivo de promover el desarrollo académico, investigativo, cultural y social en todo el Perú. Los servicios que ofrece están enfocados al mercado de los estudiantes de pregrado, ofreciendo herramientas de calidad para el desarrollo académico y profesional de sus miembros.

Según el vicepresidente ejecutivo, Gerardo Jesús Rodríguez Matta, APEECO inició sus actividades en 1990 a través del primer Congreso Nacional de Estudiantes de Economía. Desde ese año hasta el día de hoy, la Asociación man-

tiene el desarrollo de sus actividades innovando en la forma de aplicar la colaboración entre alumnos sin fronteras. Actualmente, las actividades se desarrollan bajo el modelo de voluntariado, con una plantilla de más de 120 voluntarios en todo el Perú.

Gerardo Jesús Rodríguez comenta que la Asociación implementa la Calidad Total como una de las partes clave dentro de la organización general y los proyectos. Sus principales lineamientos se basan en el enfoque, resultados y estudiantes de Ciencias Económicas, liderando iniciativas a través del ejemplo y el trabajo en equipo, alianzas estratégicas que promuevan nuevos proyectos y mantengan el enfoque social, conside-





rando que sus acciones están enfocadas en el desarrollo del país.

Señala que, entre los principales desafíos en este contexto, se encuentran la falta de conectividad en las diferentes regiones del país, la brecha educativa existente y la innovación frente a los desafíos que plantea la situación actual. A su vez, esos obstáculos se superan mediante implementaciones y programas bien definidos. A esto se suma la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), muy presentes en APEECO.

«De esa manera, buscan aportar al cumplimiento de estos, principalmente en el fin de la pobreza, una educación de calidad, fortalecer la igualdad de géne-

ro, promover el trabajo decente y crecimiento económico, concientizar sobre la producción y consumo responsable y aportar a la reducción de las desigualdades», enfatiza.

En el área ambiental, en 2021, en colaboración con organizaciones estudiantiles que conforman la Red Española y Latinoamericana de Estudiantes de Economía y Empresa (RELAEE), la Asociación emitió públicamente una alerta de cambio climático con el apoyo de más de 30 instituciones peruanas y latinoamericanas, haciendo un llamado a actuar ante una situación tan alarmante. Asimismo, respecto a dicho pronunciamiento, durante el desarrollo de los proyectos, APEECO fomenta el uso de

medios digitales y alternativos para evitar el consumo de insumos tradicionales.

Al ser una asociación sin ánimo de lucro, también desarrolla un espíritu social en todas sus actividades a través del cual afirma que cada actividad y proyecto debe generar un impacto positivo para la sociedad. «Para afrontar el desafío de la baja inserción laboral de los egresados universitarios de la carrera de economía elaboran de manera constante ponencias, charlas y clases magistrales con certificación gratuita, obteniendo cómo resultado un desarrollo de sus habilidades para aumentar sus posibilidades de inserción laboral», explica Gerardo Rodríguez.

APEECO también contribuye a la satisfacción de sus asociados y seguidores a través de las diferentes actividades que desarrolla con el fin de apoyar el desarrollo académico y profesional, y también es un medio de intercambio cultural. Respecto a proveedores y aliados estratégicos, el vicepresidente ejecutivo señala que la satisfacción está garantizada a través de la difusión de sus actividades comerciales en los proyectos de la asociación.

Gerardo Rodríguez también llama la atención sobre las estrategias adoptadas en relación con el grupo de interés de la Asociación, estudiantes de Ciencias Económicas, como eje de sus actividades junto con los pilares que conforman APEECO: calidad, responsabilidad

social, cultura y desarrollo educativo. «Es así como la asociación hace frente a desafíos como la baja calidad educativa, la desinformación con respecto a temas económicos, la baja inserción laboral de los egresados de pregrado y el bajo desarrollo económico del país», afirma.

En materia de ética y seguridad, la Asociación implementa un modelo de Compliance organizacional en el que las principales pautas son determinadas en la correcta implementación de los roles dentro de la asociación, una responsabilidad ética en cada miembro del equipo, un clima de prevención y reacción frente a eventualidades, una política de no represalias frente a reportes de irregularidades y una constante capacitación sobre el modelo de trabajo que se aplica.

El vicepresidente ejecutivo resume que la buena gestión es parte fundamental de la imagen de la institución. «Para APEECO, la gestión responsable es la mejor carta de presentación, tanto para sus asociados y seguidores como para sus colaboradores y aliados», concluye.





f  [img.compaygroup](https://www.instagram.com/img.compaygroup)
www.imedia360.com



SOMA EXPRESS SERVIÇOS DE ENTREGAS DE MALOTES LTDA

Soma Express es una empresa de soluciones integradas para los diversos segmentos logísticos, incluyendo en la operación con cargas aéreas y viales en el estado de Bahia, Brasil, con operación en todas las regiones del interior. En el mercado, destacan las empresas de transporte y los medicamentos.

La directora Andrea Karla Lessa explica que las actividades comenzaron en 2004 en la ciudad de Aracaju, en el estado de Sergipe, y luego se expandieron a Bahia. El comienzo estuvo marcado por muchos retos, como la falta de experiencia en logística y mano de obra calificada. Hoy en día, la empresa cuenta con profesionales calificados, comprometidos y competentes.

A esto, le sumamos una serie de recursos y características que aportan diferencias a la empresa, como la Atención al Cliente con servicio personalizado,

confirmación de entrega inmediata (online), entregas informatizadas (online), espacio para almacenaje, paletizado de carga, transporte refrigerado, transporte de medicamentos y servicio 24 horas.

Soma Express permite gestionar de forma eficiente el transporte aéreo y por carretera, rastreando y controlando pedidos en tiempo real, totalmente automatizado. También cuenta con el sello Brudam, una robusta herramienta de gestión para transportistas que centraliza la información, transforma la gestión logística y facilita el control.

La compañía explica que la opción por este software — el cual considera «increíble» — estaba dirigida a una mejor experiencia para los clientes, ya que permite integrar sistemas, potenciando resultados positivos en la gestión de los transportistas. Andrea Karla Lessa tam-





bién dijo que la compañía está en camino de implementar un programa de Calidad Total.

Al comentar la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la directora señala que este tipo de lineamientos impregnan las agendas de la organización, ya que la compañía cree que el mundo actual no puede comprometer a las generaciones futuras. «Debemos actuar conscientemente, evitando agotar los recursos naturales de nuestro planeta», comenta.

Para ello, Soma Express recurre a los temas medioambientales con acciones e incentivos con el equipo, evitando la eliminación irregular y los residuos. Otra iniciativa relacionada con la sostenibilidad fue la adquisición de botellas de agua individuales, que evitan el consu-

mo de vasos desechables, contribuyendo al medio ambiente y reduciendo costos.

Respecto a las acciones de responsabilidad social corporativa, la directora llama la atención sobre el programa de asistencia colectiva y virtual a hogares en situación de dificultades financieras o de salud. «Un reto reciente ha sido enviar una canasta de alimentos mensual completa a un empleado en dificultades financieras por razones de salud», cuenta.

Entre los proyectos de Responsabilidad Social Corporativa de Soma Express se encuentran aportes económicos que ayudan y ofrecen mejores condiciones de vida, transporte privado y el desarrollo del conocimiento personal de cada colaborador.



La atención también se dirige a la satisfacción de los stakeholders, un campo en el que la empresa analiza el potencial de los colaboradores, así como las habilidades que se pueden explorar, además de saber comunicarse, escuchar y reconocer el desarrollo de cada persona continuamente.

La compañía considera los cumplidos, sugerencias y posibles críticas provenientes del público. Según Andrea Karla Lessa, respecto a dichas pautas, la organización promueve reuniones, reuniones y capacitación inagotable del equipo con el fin de corregir posibles fallas que se puedan presentar.

Del mismo modo, la ética y la seguridad se consideran primordiales en todas las fases y procesos dentro de Soma Express. Para ello, se implementó un programa de Compliance con gestión de carteras de clientes, descentralización de actividades y licencias necesarias para el transporte de acuerdo con la legislación vigente.

La directora señala también que con un buen servicio y responsabilidad con los objetivos y plazos, según lo acordado, la empresa contribuye a la satisfacción del cliente y proveedor. Esta acción resuena y da como resultado una buena gestión, vista por el director como importante para la gestión de las personas de manera compartida.





**SOMA
EXPRESS
CARGAS**

LOGÍSTICA NO ESTADO DA BAHIA

Somos uma empresa especializada em distribuição de Medicamentos e Biológicos, além de atender a diversos segmentos fracionados tais como E-commerce, Varejo, Armazenamento e Paletização.



WWW.SOMAEXPRESS.COM.BR

MOURA & QUEIROZ SOCIEDADE DE ADVOGADOS

Con actividades desde 2018, el despacho de abogados Moura & Queiroz Sociedade de Advogados está ubicado en el estado de São Paulo, donde se desempeña en consultoría y asesoría legal. Aunque tiene un fuerte desempeño en el ámbito extrajudicial, el equipo también ofrece un apoyo total a los clientes en el ámbito judicial.

Según el socio administrador, el Dr. Harley Queiroz de Oliveira Junior, la firma trabaja para brindar a los clientes la mejor experiencia y resultado posible, brindando un servicio legal de calidad. Así, los servicios están realizados y son adecuados para cualquier persona, física o jurídica, que necesite asesoramiento jurídico para la toma de decisiones.

El socio cuenta que Moura & Queiroz Sociedade de Advogados nació de la unión de sus esfuerzos con los de su esposa, Dra. Samara Moura. «La intención era crear una empresa que revolucionara el mercado, que, aunque muy inflado, carece de profesionales que se acerquen eficazmente a sus clientes», recuerda.

A partir del sueño de los accionistas de crear una oficina en la que, de hecho, el cliente fuera escuchado a través de una estructura que le sirviera y estableciera una comunicación efectiva, los desafíos surgieron y tuvieron que ser superados. Uno de ellos fue el reclutamiento y capacitación de un equipo que estuviera en sintonía con la misión, visión y valores establecidos.





El Dr. Haley Queiroz considera que la estructuración tecnológica es un aspecto muy importante. «Estamos en un momento de transición. No hace mucho, todos los procesos se llevaban a cabo físicamente. Los tribunales tuvieron que acelerar los cambios debido a la pandemia, y hoy el proceso digital es una realidad», dice.

Para ello, Moura & Queiroz Sociedade de Advogados siguió este cambio y todas sus consecuencias. «Aparte del capital humano, actualmente contamos con recursos tecnológicos que, además de dar más credibilidad y rapidez a los procesos, brindan mayor transparencia y comunicación con sus clientes. Así, hemos conseguido su plena satisfacción», señala.

Por lo tanto, los profesionales no miden los esfuerzos para proporcionar el mejor servicio al cliente. Para ello, el equipo está constantemente calificado, actualizado y capacitado para entregar un servicio legal de calidad, demostrando una gran

atención al proceso de mejora continua. «Hemos establecido un canal de comunicación directa, donde el cliente puede monitorear el progreso de sus procesos con mayor claridad. Siempre estamos disponibles para aclarar todas las dudas y trabajar para que haya total transparencia entre el cliente y sus abogados», dice el Dr. Haley Queiroz.

También destaca el tema del desarrollo sostenible, que es una preocupación del mundo corporativo como un todo. En esto, la firma amplía su atención con el aspecto sostenible del negocio, así como los impactos ambientales y sociales que pueden determinar el futuro de la empresa e incluso el medio ambiente.

Como iniciativa práctica en el ámbito medioambiental, Moura & Queiroz Sociedade de Advogados anima al equipo en cuanto a pequeñas actitudes y concienciación con vistas a reducir el impacto en el medio ambiente, como reducir el consumo de hojas de papel y fomentar el uso de vasos lavables.

Al comentar sobre la contribución del trabajo a la satisfacción de clientes y proveedores, el socio enfatiza que la oficina trae consigo valores que se aplican desde la organización, la relación con el cliente y el procesamiento de la información. «Trabajamos con transparencia y tratamos de transmitir la máxima confianza. Llevar soluciones y paz a nuestros clientes es nuestro negocio», enfatiza.

Para ello, el socio director asegura que es muy relevante para el progreso del negocio escuchar a los clientes y sus necesidades. Sin embargo considera que solo escuchar no hace el efecto que el emprendedor exige para mejorar sus resul-

tados. Así, la oficina analiza y actúa, ya que, sin acción, el movimiento de la escucha se vuelve ineficaz.

«Cuando solo escuchamos a los clientes y no actuamos, terminamos rompiendo el vínculo y la confianza. Por esta razón, siempre reconocemos a los clientes que dieron sugerencias y opiniones que de alguna manera traerían mejoras a nuestra oficina, incluso incentivamos, a menudo, a nuestros clientes con respecto a hacer sus evaluaciones», explica.

También existe un canal de comunicación directa, donde el cliente puede monitorear el progreso de sus procesos, ya sean administrativos, judiciales, con mayor claridad. Esta actitud se deriva de la cultura de la aproximación, en la que existe una total transparencia entre el cliente y sus abogados.

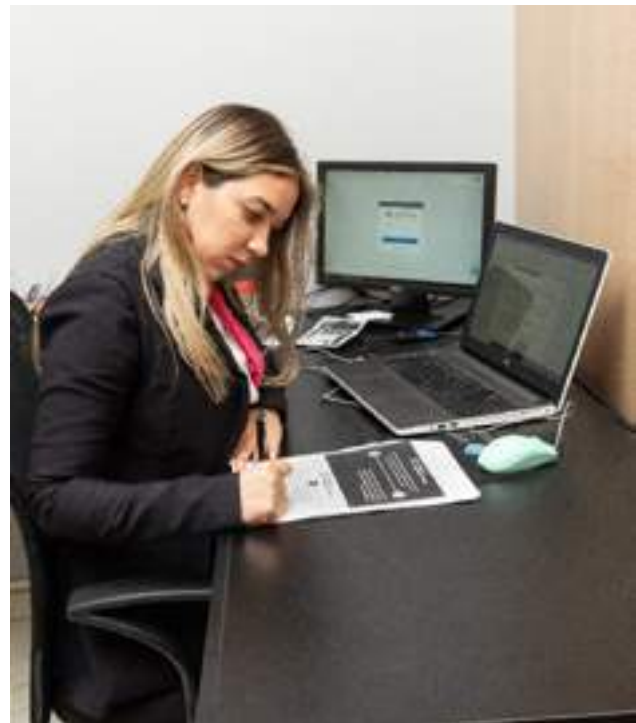
Según el Dr. Haley Queiroz, hay una intensa difusión de información empírica de que a los abogados no les importan los clientes, que simplemente toman el trabajo y «desaparecen». Él resalta que esta imagen es extremadamente dañina para los negocios y aleja a los clientes potenciales: «Nuestra misión está dirigida a deconstruir este concepto», aclara.

La firma también ha implementado el acuerdo de confidencialidad de la LGPD (Ley General de Protección de Datos), que tiene como objetivo proteger los datos estratégicos de la organización. Así, la parte contratada se compromete a no divulgar la información a la que tendrá acceso en un periodo determinado, garantizando que las partes

implicadas mantengan la confidencialidad sobre la información de cualquier tipo intercambiada entre ellas.

El socio director explica que el documento tiene valor legal, por lo que su allanamiento puede implicar procedimientos legales. «La firma se preocupa por cumplir con todo el marco legal que involucra sus operaciones, incluidas las de sus clientes, ya sean leyes, ordenanzas, decretos, convenios colectivos, etc.», afirma el socio.

En base a este conjunto de acciones, resume que una buena gestión aporta una serie de beneficios a diferentes aspectos del negocio, así como a los procesos, la planificación, los resultados e incluso la percepción del cliente. «La gestión permite crear procesos bien definidos en la oficina a partir de una rutina productiva, organizada y optimizada», concluye.





LLAMADO ADMISIONES


CARRERAS TECNOLÓGICAS DE DOS AÑOS:

- ✦ MECATRÓNICA
- ✦ MULTIMEDIA
- ✦ SONIDO
- ✦ REDES DE INFORMACIÓN
- ✦ MANUFACTURA
- ✦ DISEÑO INDUSTRIAL
- ✦ DESARROLLO DE SOFTWARE
- ✦ SEGURIDAD INFORMÁTICA
- ✦ MANUFACTURA AUTOMATIZADA
- ✦ DISPOSITIVOS MÉDICOS - NUEVA

FINANCIAMIENTO DISPONIBLE

WWW.ITLA.EDU.DO

 @ITLARD

TEL. (809) 738.4852 EXTS. 321/379/380 |  (829) 451.3778 | ADMISIONES@ITLA.EDU.DO

VANET S.A.C.

Enfocada en el servicio de tasación de muebles, inmuebles e inventario de activos, Vanet S.A.C. es una empresa que atiende al sector financiero, organizaciones privadas y particulares con y sin negocio. Ubicada en Santiago de Surco, Perú, la corporación cuenta con un equipo de empleados directos, en el área administrativa y de gestión, e indirectos, en Ingeniería y Arquitectura.

Con capital 100% nacional, suma en su staff a profesionales con más de 40 años de experiencia en el campo de evaluaciones, inventarios y vastos conocimientos en proyectos y supervisión de obras, que además reciben capacitación y especializaciones constantes en diferentes áreas de operación.

Una fuerte relación con la larga base de clientes es otro diferencial de la empresa, que coloca a Vanet entre las organizaciones más relevantes del país, apostando por la diversificación de los servicios ofrecidos, cumpliendo con los requerimientos de los clientes y contando la fuerte capacidad técnica de su equipo.

A esto se suma la atención al trabajo serio y responsable, uno de los principales puntos de la misión de la compañía, que también destaca el respeto a la ética profesional, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. De esta manera, realiza los servicios con la mejor objetividad y transparencia, actuando de manera profesional y confiable ante sus destinatarios.



En vista de ello, Vanet tiene como objetivo mejorar cada día la calidad y eficiencia de sus servicios para que la información ayude a sus clientes a tomar las decisiones correctas. Además, se suma la competitividad en el mercado nacional, apuntando a lograr el crecimiento internacional a través del trabajo diferencial, el compromiso y la gama diversificada de servicios.

Por lo tanto, se enfatizan algunos valores, como el cumplimiento efectivo de objetivos, plazos y reglas estándar; trabajo en equipo para alcanzar metas y objetivos a diario; actuar con conducta ética profesional, demostrando integridad moral, lealtad y respeto a los clientes; y la concentración de esfuerzos para lograr su satisfacción, superando las expectativas y aportando soluciones de calidad.

Entre los servicios prestados se encuentran las evaluaciones, en las que los profesionales actúan para determinar un valor para los activos tangibles e intangibles y analizar cualquier factor que pueda afectar al mercado. En la parte de inventarios, se llevan registros de objetos y activos pertenecientes a individuos, bancos, empresas, que mantendrán el control oportuno, proporcionando además un estado preciso y contable.

En su rubro de corredores, Vanet actúa como intermediario necesario para facilitar la aproximación entre reclamantes y oferentes, así como agiliza los negocios comerciales (compra y venta) de bienes inmuebles. Y en la supervisión de la construcción, la empresa representa al propietario de la obra para que la ejecución se lleve a cabo de manera más eficiente y se cumplan todos los estándares establecidos, como la seguridad, el medio ambiente y la mano de obra.

De acuerdo con la Gerente de Administración y Finanzas, Gloria Quispe Hernández, todos los servicios, servicios y acciones en la empresa están impregnados de calidad y excelencia, buscando siempre la mejora continua en sus procesos. Tanto es así que en 2019, la organización obtuvo el certificado ISO 9001: Gestión de la Calidad.

Destaca la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) presentes en las agendas de la compañía. «Siempre se ha tratado de ir de la mano con el desarrollo sostenible, por ello, cuando el trabajo era presencial, se solicitaba que cada uno de los trabajadores que apague la luz cuando no la usaba, así como reducir el uso de papel y separar los residuos reutilizables de aquellos que no lo eran», comenta Gloria Quispe.

En el ámbito de las actuaciones medioambientales, como ocurre actualmente con el teletrabajo, se ha reducido la cantidad de papel respecto a la realidad prepandémica del covid-19. En el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa, con el objetivo de lograr el bienestar de todos los involucrados, especialmente de los empleados, se implementan iniciativas.

Para ello, la compañía destaca y valora el buen trato con los colaboradores, con horarios flexibles, permisos concedidos, igualdad entre empleados (carga de trabajo) y comunicación efectiva entre empleador y empleado, lo que redundará en la satisfacción de las partes.

Al comentar la contribución de la empresa a la satisfacción de clientes y proveedores internos y externos, Gloria destaca que el programa ISO 9001 establece una serie de procedimientos que permiten a la empresa alcanzar la calidad total y monitorear a los clientes, evitando, por ejemplo, interrupciones importantes para ellos, además de coordinar y controlar las quejas.

Respecto al logro de la satisfacción de los grupos de interés, Vanet ha establecido estrategias, como conocer y gestionar las necesidades y expectativas de la empresa y los grupos de interés (socios, empleados, etc.) para

que su alcance esté vinculado a las acciones de la corporación.

Gloria también refuerza la importancia de estar siempre atentos a la satisfacción del cliente. «Las gestiones tomadas para el ISO 9001 permiten que en cascada todas las áreas de la empresa se interrelacionen, y los clientes y proveedores se sientan satisfechos con el servicio, de manera tal que la imagen y, por ende, la reputación de la empresa ante los ojos de ellos sea la mejor posible», resume.

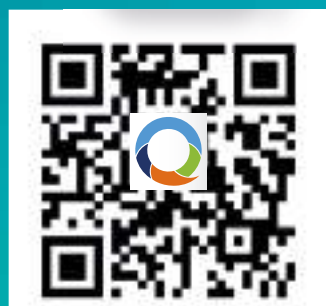




LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 255

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG