



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL

ACCIONES ESG PARA MITIGAR RIESGOS EN LAS PYMES

Gestión de la calidad en tiempos de
Innovación Organizacional

Lic. Jose Luiz Esteves

¿Cómo influyen las prácticas de Compliance en la
cultura interna de tu empresa y fortalecen la agenda ESG?

Lic. Carlos Andrés Villachica L.

Las pymes latinoamericanas y la
Importancia de la adopción de los criterios ESG

Lic. Carlos Andrés Alonso

El alto riesgo de no gestionar
El cambio

Lic. Veronica Saldana Ramirez

REPORTAJE ESPECIAL:

MOLTHIS TRADES SOLUTIONS SRL



ENTREVISTA ESPECIAL

Lic. Carlos Miguel Artiga Colato
TRUCKSLOGIC

+16
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.**

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

TELÉFONO: +34 9 341 345-0811
WHATSAPP: +34 9 341 342-1824
EMAIL: INFO@RGMENTORES.ORG
WWW.RGMENTORES.ORG

ÍNDICE

- 06** | **PALABRAS DEL PRESIDENTE**
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA
- 09** | **ACCIONES ESG PARA MITIGAR RIESGOS EN LAS PYMES**
- 10** | **GESTIÓN DE LA CALIDAD EN TIEMPOS DE INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL**
Lic. Jose Luiz Esteves
- 15** | **¿CÓMO INFLUYEN LAS PRÁCTICAS DE COMPLIANCE EN LA CULTURA INTERNA DE TU EMPRESA Y FORTALECEN LA AGENDA ESG?**
Lic. Isabella Molezon
- 19** | **LAS PYMES LATINOAMERICANAS Y LA IMPORTANCIA DE LA ADOPCIÓN DE LOS CRITERIOS ESG**
Lic. Marcelo Vásquez
- 23** | **EL ALTO RIESGO DE NO GESTIONAR EL CAMBIO**
Lic. Veronica Saldana Ramirez
- 28** | **ENTREVISTA ESPECIAL:**
LIC. CARLOS MIGUEL ARTIGA COLATO
TRUCKSLOGIC
- 34** | **NOTA CENTRAL**
ACCIONES ESG EN LA MITIGACIÓN DE RIESGOS EN LAS PYMES
- 40** | **REPORTAJE ESPECIAL:**
MOLTHIS TRADES SOLUTIONS SRL
- 45** | **REPORTAJES:**

47	APVS BRASIL
51	RIBEIRO COSTA ADVOCACIA
55	ATTO EXP EMPRESARIAL
60	SIMONE TORRES ADVOGADOS ASSOCIADOS
63	PUBLI PLUS TEXTIL E.I.R.L.
69	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LAS AMÉRICAS
73	GM SOLAR PHOTOVOLTAIC
77	INTERNATIONAL MEDIA GROUP
91	PLANET SMART CITY
96	BLUE ZONE REALTY INTERNATIONAL
90	SINDICATO DOS METALÚRGICOS
94	AVOICE FORMATURAS
98	DUARTE & DUARTE METALÚRGICA LTDA
103	SINDICATO DOS METALÚRGICOS
107	SANTOS BARROS ADVOGADOS ASSOCIADOS
112	PATRICIA PARISE SOCIEDADE



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

VICEPRESIDENTE EJECUTIVA

LIC. PAULA PONTES
paula@laqi.org

**DIRECTOR GENERAL
QUALITY MAGAZINE**

jlcorrea@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI
thiago@laqi.org

MANAGER - LAQI MEMBERS

LIC. LARISSA PEREIRA
larissa@laqi.org

PERIODISTA

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO
lucas@laqi.org

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenidos al número 257 de nuestra Quality Magazine!

Como siempre, es un placer tener este contacto contigo a través de este espacio. En esta edición de noviembre, nos enfocamos en el siguiente tema: "Acciones ESG para mitigar riesgos en las PYMEs". Sabemos que el asunto tiene un impacto en todos los países vinculados a LAQI, nuestra comunidad de miembros. Con ello, deseamos, desde este medio, contribuir con contenidos de calidad para enriquecer la percepción sobre el tema. Como líderes en el ámbito empresarial, tenemos que tener claro que la buena gestión es sin duda uno de los puntos vitales de una organización, ya que a través de ella se ven los reflejos en la reputación. En esto, conceptos y explicaciones ganan espacio en los debates.

Otro punto que también destacamos en esta edición es la implementación de Compliance. Porque el incumplimiento normativo no solo trae riesgos de credibilidad, sino que también conduce a una serie de multas y sanciones insostenibles.

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

En LAQI enfocamos nuestros esfuerzos en compartir información valiosa para que los líderes puedan tener una base más sólida para la toma de decisiones, evitando riesgos.

En esta edición también preparamos el perfil de 12 integrantes de nuestra Organización muy comprometidos con el modelo de Responsabilidad Total LAQI. Es nuestro orgullo presentarlos a nuestra comunidad de miembros y observar el compromiso público de cada uno de ellos.

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

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraterno,

Daniel Maximilian Da Costa, DHC
Founder & CEO
Latin American Quality Institute



SOCIEDAD
INTERAMERICANA
DE PRENSA



Certificamos que

QUALITY MAGAZINE

es socio de la

SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA

SECRETARIO

PRESIDENTE



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 superar las metas y objetivos de tu compañía.
- Necesitas nuevas ideas para diseñar más estrategia innovadora.
- Pruebas seguir escalando y que todos se comprometan en el proceso.
- Has decidido convertir tus planes a ritmos en acciones y resultados.
- Aspiras seguir generando rentabilidad y añadir la general prosperidad.



M

S

G

ACCIONES ESG PARA MITIGAR RIESGOS
EN LAS PYMES

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN TIEMPOS DE INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL: ESG COMO MARCO COMPETITIVO DE VALOR PARA LA CO-CREACIÓN DE TRQ / TOTAL RESPONSABILITY QUALITY

Una de las características que más se acerca a la trayectoria recorrida por las dimensiones de CT/Calidad Total (o TQ/Total Quality) en lo que se configuran ambas etapas de la planificación estratégica organizacional, y lo que se puede captar desde los reconocidos marcos estructurales de inteligencia competitiva, con profundidad, sin duda nos impulsa al entorno de la gestión de la innovación.

Esto se debe a que, cuando nos referimos a la conocida (y más extendida) idea de «co-creación», hacemos un probable retorno al entendimiento consolidado de que este término comenzó a ser referenciado principalmente a partir de 2004, con el lanzamiento del best seller «El futuro de la competencia», de los autores C. K. Prahalad y Venkat Ramaswamy.

Cuando nos referimos a los tipos posibles —que nacen más o menos en sintonía con propuestas de innovación incremental o innovación disruptiva— sería importante recordar sus diferentes conceptos, que llegan a los alcances del producto, servicio, proceso productivo, modelo de negocio, tecnología, logística y marketing en sí, y también podemos mirar la propuesta de una «Calidad-céntrica», que somos capaces de evaluar a partir de las referencias propuestas por grandes mentores y autores referenciados, como y el caso de Juran y Deming.

Sobre esto – también tuve la oportunidad, recientemente, de publicar una propuesta de framework que se aproxima a estas dimensiones: Un enfoque referenciado en el camino tomado por las llamadas empresas «inovadoras» y/o «empreendedoras», utilizando el ciclo que relaciona las fases estructurantes del camino llevado a cabo por las llamadas startups en su recorrido a lo largo del ciclo de pertenencia al ecosistema de innovación y emprendimiento, y que busco reproducir objetivamente en la siguiente figura:



Figura 1: Esteves, Jose L.: Framework revisado de la innovación competitiva. La producción de las ciencias:

nuevas miradas, múltiples conocimientos/ Organizado por Thiago Barbosa Soares y Adriano Monteiro de Oliveira. Iguatu, CE: Quipá Editora, 2021. 260 p.: il.

Estos alcances (o, incluso, dimensiones) establecen una relación directa con las características de los individuos y grupos en la sociedad, ya que las empresas/ organizaciones, independientemente de la «pala» que representan en la «triple hélice», se refieren de alguna manera conectiva a la sociedad, o incluso el entorno social donde viven.

Así, podemos articular estas referencias en la dirección de una propuesta actual, que trabaja la innovación organizacional desde una perspectiva de sostenibilidad, y que ha asumido una posición referencial, especialmente en la adopción de un modelo que sea capaz de establecer referencias más adecuadas para la pertinencia de las organizaciones contemporáneas en esta modernidad, teniendo en cuenta dimensiones que se traducen por el acrónimo ESG, que significa: E - Environmental (Medio Ambiente / Sostenibilidad); S - Social; y G - Gobernanza, ejemplificado de la siguiente manera:



Así, y con el fin de reforzar la conexión existente y que se trajo en el primer momento, a la que se centra en el proceso de planificación, la presuposición para decodificar sus fases principales (formulación, definición de secuencia e implementación), y acercándonos inteligentemente al elemento diferen-

cial, pudimos impulsar las etapas del propio proceso de innovación centrado en lo que sería un dispositivo tangente la propuesta de RSC - RSC / RSC Responsabilidad Social Corporativa/ Corporativa, que en la inmersión hacia la Calidad Total y la innovación impulsaría, principalmente:

- I. La generación de nuevas ideas,
- II. La evaluación de las ideas logradas (no todas las desarrolladas valen la pena implementarlas);
- III. Experimentación (aquí hay una advertencia a metodologías como DT y la capacidad total de evolucionar de la idea a algún tipo de MVP, por ejemplo);
- IV. La comercialización de esta «solución innovadora», desde la perspectiva de un servicio o producto, y
- V. El seguimiento de la innovación (como forma de mantener la perspectiva de alcanzar las necesidades de su público objetivo).

Dado que este conjunto de acciones se intercala de forma continua y permanente en un ciclo proposicional y holístico, tenemos condiciones más plenas para trabajar sobre los factores esenciales para la innovación en las empresas, donde hay más allá de esta interacción, la posibilidad de mejora para la creación de una nueva premisa – la de TRQ / Total Responsibility Quality o, en una traducción más literal, Calidad Total Responsable.

Es la posibilidad de que la idea de adoptar Sistemas de Calidad Total

en la empresa/organización mejore sus propios procesos a partir de los contenidos innovadores, y que pueda alcanzar los objetivos propuestos con esta innovación pretendida de forma optimizada para la consecución de la Calidad Sostenible, en esta premisa.

Los pilares diseñados para este propósito, el alcance de TRQ, podrían resumirse (pero no limitarse) en:

The TRQ Pilars approach ©

(a) Las organizaciones/empresas necesitan abandonar el alineamiento «tracdigital» (parte digital y parte analógica) y promover conexiones más disruptivas;

(b) Las organizaciones/empresas necesitan adoptar una agenda proactiva y que considere los diferentes marcos de sostenibilidad (5R's, consumo consciente, Zero Waste, Net Zero, etc.).

(c) Las organizaciones/empresas necesitan reconfigurar los sesgos en los modelos basados en Algoritm (IA / AI) para que puedan avanzar en un propósito ESG más resistente a las fallas

d) Las organizaciones/empresas deben compartir sinergias y recons-

truir puentes con la sociedad de una manera más permanente.

Tabla 1: Material inédito: Esteves, Jose L. / LAQI Quality Summit Conference, 2021. Al utilizar o reproducir, por favor, citar fuente.

En esta etapa o momento, asegurar un modelo de innovación organizacional ESG está a favor de la Calidad Total, contribuyendo a una mayor competitividad en el mercado y asegurando la transformación de las diferencias en ventajas competitivas. De esta manera, se lograría el objetivo principal: La exploración de nuevas ideas con éxito.

No hay empresas, profesionales u organizaciones en ningún espacio de triple hélice que puedan sobrevivir a lo largo de su trayectoria sin innovar, sin implementar mejoras que agreguen valor a quienes compran sus productos o servicios.

Y el éxito de las empresas, especialmente en los nuevos días posteriores a la pandemia, significa, por ejemplo, un aumento de los ingresos, el acceso a nuevos mercados, el aumento de los márgenes de beneficio, la posibilidad de crecimiento, expansión o incluso internacionalización.

Algo a estimar como una herramienta sustancial para competir, afrontar los retos

que plantea la modernidad, y sobrevivir en mercados cada vez más complejos.



Lic. Jose Luiz Esteves



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

1

de cada 750 bebés
nacidos tiene
síndrome
de Down



Colectivo **21**
Perú

¿Qué es el síndrome de Down?

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

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 viabilidad como parte de la sociedad.



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



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

Nuestras líneas de trabajo:



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



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



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



Inclusión Laboral: Talleres de preparación para el trabajo.



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

ESG y cumplimiento: ¿Cómo influyen las prácticas de Compliance en la cultura interna de tu empresa y fortalecen la agenda ESG?

1. ¿ESG y Compliance se combinan? El término ESG (Environmental, Social and Governance) apareció hace casi dos décadas, en 2004, en una publicación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que animaba a las entidades financieras a integrar algunos factores ambientales, sociales y climáticos en el mercado de capitales.

Por su lado, la idea de estar en conformidad y los profesionales de Compliance surgieron en la década de 1990, inicialmente en el mercado financiero, basados en la idea de monitorear la legislación para garantizar el cumplimiento normativo. Inicialmente, este mercado se desarrolló orientado a cumplir con la legislación relacionada con la prevención del soborno, la corrupción, el terrorismo y el lavado de dinero, pero se ha ido expandiendo cada vez más y entrelazando los conceptos de ESG.

En 2015, durante la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, con el objetivo de hacer que los conceptos ESG sean más tangibles y concretos, se crearon 10 principios, 17 objetivos y 169 metas a alcanzar para el 2030.

¿Y adivina qué? Uno de los 10 principios es la lucha contra la corrupción, un tema tan conocido y abordado por

el área de Compliance. La promoción de los derechos humanos, entre otros puntos, lo que nos hace entender que las acciones de Compliance están contenidas dentro de la idea de ESG.

1. Entendiendo lo Social de ESG: ¿una mirada interna o externa?

Al evaluar los problemas sociales que plantea el concepto de ESG, se puede observar que el mercado ha entendido y aplicado el concepto desde dos perspectivas. El primero de ellos, una mirada externa enfocada en acciones de voluntariado y apoyo a la comunidad. El segundo, una mirada interna enfocada en la aplicación dentro de la empresa del respeto a las leyes y promoción de un ambiente de trabajo que fomente el bienestar y la salud de sus empleados. Pensando en esta visión enfocada en la empresa, seguramente, las acciones del área de Recursos Humanos pueden ayudar en el logro de los objetivos ESG, sin embargo, observo que algunas herramientas típicas del Compliance también son una parte clave para lograr estos objetivos.

2. Herramientas de Compliance y su influencia en la cultura interna

Uno de los pilares fundamentales para un programa de Compliance efectivo

es la creación de una cultura interna centrada en los valores de ética y transparencia. Pero ¿cómo, de hecho, construir esta cultura? El primer paso siempre dependerá del apoyo de la alta dirección, pero existen otras herramientas que serán grandes aliadas de adecuación de los conceptos ESG. Veámoslo.

3.1. Código de Ética

La creación de un código ético es una parte fundamental de este camino. Vale la pena mencionar que el código de ética debe ser una guía de las acciones de los empleados y debe reflejar la realidad, trayendo dudas y soluciones reales. Muchas empresas ya traen sus preguntas y respuestas al código de ética, con el fin de hablar mejor con los empleados. Es un mapa y debe guiar qué comportamientos no están permitidos por la empresa y cuáles se fomentan.

3.2 Canal de denuncias

El Canal de Denuncias, una herramienta conocida en los programas de Compliance, pretende ser un canal anónimo en el que empleados, clientes y socios puedan reportar evidencia de irregularidades identificadas. Los temas relacionados con la desigualdad de género o el acoso sexual se pueden tratar a través de dicho canal, sin embargo, hasta entonces, este estaba presente solo en algunas empresas.

Promover la igualdad de género fue uno de los objetivos seleccionados por la ONU y, recientemente, en septiembre de 2022, se publicó en Brasil la ley 14.457/22, llamada *Emprega + mulheres*, un paso importante hacia la construcción de entornos de trabajo más saludables, seguros y respetuosos.

La ley trajo la necesidad de que todas las empresas que cuentan con CIPA (Comisión Interna de Prevención de Accidentes) implementen el canal de denuncia en sus empresas. Todavía entenderemos los frutos del canal obligatorio, pero la mejora en la cultura interna de las empresas es una consecuencia esperada.

3.3 Programa anticorrupción:

La lucha contra la corrupción es un punto central de las prácticas ESG, ya que fue elegida como uno de los diez principios universales del Pacto Mundial y, en su literalidad, establece que «las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno». En Brasil, la ley anticorrupción, publicada en 2013 después de varios escándalos de corrupción en nuestro país, prevé beneficios procesales para las empresas que tienen un programa anticorrupción estructurado. La ley de licitación, en un movimiento importante para el mercado brasileño, establece que en la contratación de obras, servicios y suminis-

tro de gran envergadura, el aviso debe prever la implementación obligatoria de un programa de integridad por parte del oferente ganador. Además de la obligación legal, es interesante que todas las empresas tengan una política anticorrupción clara y objetiva, dirigida a orientar a los empleados, socios y clientes sobre cómo la empresa trata el tema.

4. Sembrando acciones, cosechando resultados

El plazo estipulado por las Naciones Unidas para la implementación de los objetivos es el año de 2030. Las empresas con áreas de Compliance estructuradas, seguramente, cuentan con herramientas que, si se usan y fomentan adecuadamente, pueden generar mejoras internas, como aumentar la confianza de los empleados en la institución y promover un ambiente de trabajo más saludable. En la misma medida, las empresas que aún no tienen implementadas acciones ESG prácticas, pueden utilizar las herramientas mencionadas anteriormente para iniciar esta transformación. El cambio comienza en la acción. ¿Qué acciones ha desplegado ya su empresa?

Referencias:

Entendiendo ESG: a parte social (o S do ESG), por Renata Faber | Exame - (Acceso en 20/10/22)

O S da ESG em foco: importância, exemplos e como aplicar na empresa (esolidar.com) - (Acceso en 17/10/22)

O que são os ODS? (estrategiaods.org.br) - (Acceso en 20/10/22)

Marques, Ana – Narrativa de Sustentabilidade - Ana Cristina Campos Marques, Evelyn Schiller e Simone Amarante Campos; 1ª edição – 2022

Saavedra, Giovani. Governança Corporativa, Compliance e Gestão de Riscos - ESENI EDITORA



Lic. Isabella Molezon



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

¿Por qué debemos vacunarnos contra el COVID-19?



VIDEO: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE

CLICK



WWW.LAQI.ORG

LAS PYMES LATINOAMERICANAS Y LA IMPORTANCIA DE LA ADOPCIÓN DE LOS CRITERIOS ESG

Los criterios ESG son aquellos que miden el impacto que tiene una organización en su entorno en que se desenvuelve. ESG es un acrónimo de las palabras «ambiental», «social» y «gobierno corporativo». Son una combinación de estándares éticos, sociales y ambientales que se pueden incluir en la gestión organizacional, ayudando a responder a las necesidades y expectativas de las diferentes partes interesadas o stakeholders.

Pueden extenderse a todas sus esferas, y son, por tanto, una serie de aspectos que toda entidad, independientemente de su tamaño y sector, debería considerar. Es una tendencia actual, que promete ser un pilar fundamental en el crecimiento sostenible de toda organización y un generador de valor para los propietarios, accionistas, proveedores, empleados y sociedad en general.

Declinarse por una estrategia de sostenibilidad y de adopción de los criterios ESG se convertirá en un diferencial para las empresas y nece-

saria para garantizar su crecimiento y supervivencia. A mayor grado de adopción de los criterios ESG mayor impacto positivo en la reputación e imagen de marca; aspecto que es fundamental en mercados cada vez más saturados de ofertas y en donde el «ser» y «parecer» son igual de importantes. También facilita la gestión de riesgos, el anticipo a cambios legales y reglamentarios, el acceso a nuevos mercados y el desarrollo sostenible de la comunidad en la que se desenvuelve.

Según datos del Banco Mundial, las pymes representan el 50% del PIB Mundial, corresponden al 90% de las empresas a nivel global y generan casi el 70% del empleo. En América Latina, el porcentaje es más alto, alcanzando el 99% del total de empresas y otorgando el 67% del empleo. Para la ONU este tipo de empresas son claves para la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo, considerando que un importante porcentaje de sus trabajadores pertenecen a niveles socioeconómicos vulnerables. Las pymes se consti-

tuyen en actores clave para incrementar el crecimiento de América Latina. Estas empresas se caracterizan por una gran diversidad en su acceso a mercados, tecnologías y capital humano, así como su relación con otras empresas, factores que afectan su productividad, capacidad y potencial de crecimiento.

Gradualmente se está visualizando un cambio en la mentalidad general; los clientes, consumidores, colaboradores, proveedores e inversores buscan relacionarse con organizaciones responsables, éticas, con valores y que se preocupen por el entorno en que operan. Las pymes deben tener claro cómo están contribuyendo a que su región, país y el mundo sean mejores. A partir de ahí, plantear acciones que visibilicen un compromiso sólido con los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza. Un primer buen paso puede ser empatizar con el entorno cercano en que se opera, tomando un poco más de atención en las necesidades de los trabajadores y en las necesidades y expectativas de los clientes que van más allá del producto o servicio demandado. Paralelamente, el comunicar de forma transparente las acciones que se adoptarán a partir de la información que se obtenga

de su entorno; lo cual elevará los niveles de confianza y credibilidad que se tiene en la organización.

Es clave un cambio cultural en los niveles de dirección de las pymes, lo cual es un reto importante para que no se visualice la implementación de acciones relacionadas con los criterios ESG como una «moda pasajera» o una imposición por parte de otros actores. Debe visualizarse como el camino para mejorar la gestión interna y la interrelación con las diferentes partes interesadas pertinentes.

Algunos de los beneficios o ventajas que puede traer a las pymes la aplicación de los criterios ESG son:

- Contar con un propósito y dirección estratégica enmarcada en un contexto de sostenibilidad de manera clara para sus partes interesadas pertinentes.
- Disponer de sistemas de gestión que mejoren la rapidez, fiabilidad y claridad de la información, facilitando la toma de decisiones oportunas para aprovechar oportunidades de mejora.
- Contar con una sistemática que facilite la identificación de riesgos, su evaluación y tratamiento oportuno.

- La mejora del clima laboral, la reducción de la rotación de personal y el incremento en el interés de personas externas de poder ser parte de la empresa.
- Al ser más transparente y proactivo en la comunicación se mejora la imagen y reputación de la empresa.
- La gestión y comunicación de información fiable sobre las métricas de sostenibilidad genera confianza en potenciales inversionistas.
- Mayor satisfacción de las partes interesadas pertinentes o stakeholders.
- Se tiene una mayor tendencia a buscar proveedores que reduzcan el riesgo social y ambiental, lo cual hace que la pyme que adopte estos criterios sea una alternativa más «apetecible» por parte de potenciales clientes.

La tendencia actual promueve que las organizaciones —incluyendo las pymes, que son el porcentaje mayoritario de estas a nivel mundial y en América Latina— se enmarquen en un modelo de gestión organizacional en el cual se contemplen los criterios de ESG para poder visualizar un mediano y largo plazo más sostenible y en armonía con el medio ambiente.

REFERENCIAS:

Datos: Recuperado el 03/11/2022 de <https://fellowfunders.finance/la-importancia-de-los-criterios-esg-para-las-pymes/>

Datos: Recuperado el 03/11/2022 de [Cepal.org](https://www.cepal.org/)



Lic. Marcelo Vásquez



**A 15 AÑOS EN EL
MERCADO DE VENTAS**

**DE MAQUINARIAS E
IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS
Y REPUESTOS EN GENERAL**

**Brindamos atención y asistencia
técnica al campo en todo el Paraguay.**



Central Santa Rita +595 982 474 528 / Sucursal Bella Vista +595 983 569 676

Sucursal Katuete +595 982 / Sucursal Campo 9 +595 986 212 100

EL ALTO RIESGO DE NO GESTIONAR EL CAMBIO

Dirigir una PYME puede ser un proceso por mucho complejo, sobre todo, si consideramos los desafíos que enfrentan los líderes para incrementar la utilidad, retorno de la inversión y el flujo de efectivo. Además, tienen que operar en un entorno fúgaz e impredecible, obligándolos a responder de forma ágil y con una actitud optimista hacia el futuro.

Es por esto que no basta con medir el impacto financiero que tienen las decisiones dentro de la organización, es también necesario evaluar su influencia en el ámbito social, ambiental y de buen gobierno, para asegurar la sostenibilidad del negocio. La consideración de los criterios ESG, contribuyen a mejorar su reputación y captar la atención de los inversores.

Tomar la decisión de subirse al barco de las nuevas metodologías que contribuyan a mejorar el actuar de una organización facilitará la forma de adaptarse rápidamente a estos entornos cambiantes y asegurar la prevalencia de la organización. Sin

embargo, de acuerdo con un estudio publicado por Prosci en «Best Practices in Change Management», implantar cambios en las organizaciones sin una gestión adecuada implica una tasa de éxito del 37% con una lenta adopción y una baja utilización de los procesos.

Esto nos lleva a poner la mirada en las nuevas metodologías y en las personas involucradas en habilitarlas, ya que, de no hacerlo, los líderes estarán remando solos contra corriente, llevando a costas una responsabilidad compartida.

EL FACTOR HUMANO EN LA GESTIÓN DEL CAMBIO

Reconocer lo que nos hace humanos facilita el entendimiento y el abordaje de los procesos de cambio en las personas y por ende en las organizaciones.

De acuerdo con el biólogo ganador del Premio Nacional de Ciencias, Humberto Maturana, el hombre está definido por su biología, ya que de

ésta depende la forma en como percibe al mundo y como se relaciona con él. Buscan conectar con otros y se adaptan al entorno para sobrevivir. Se expresan por medio de hábitos, costumbres, jerarquía social, etc. Cuando dicho entorno se ve alterado, el instinto de supervivencia se activará ante el miedo a no sobrevivir, y sus integrantes lucharán por evitar los cambios, haciendo evidente que la toma de decisiones se base en las emociones que experimentan.

Seguramente en este punto te preguntas ¿acaso el hombre no es un ser racional? Históricamente, hemos aprendido que el ser humano es un ser racional por excelencia. Sin embargo, hoy sabemos que nuestras decisiones están determinadas en gran medida por nuestra percepción de justicia y un limitado control de nuestras emociones, con una baja intervención de los procesos racionales, como lo demostró Richard H. Thaler en sus teorías de economía conductual y que le valieron el premio Nobel de economía en el año 2017.

Identificar los valores, creencias, conocimientos y la forma de pensar que se vive en la organización, es decir, la cultura organizacional, se vuelve fundamental para poder gestionar el cambio. Los resultados que hoy tienes están determinados por tus comportamientos y los de tus colaboradores, mientras desempeñan sus roles asignados.

Por lo tanto, para realizar un cambio dentro del sistema, no basta con explicaciones racionales, necesitamos realizar un abordaje desde nuestra humanidad, gestionando las emociones. Éstas nos indicarán qué tanto estamos avanzando o no a lo largo de todo proceso de cambio.

¿QUÉ NECESITAMOS CONSIDERAR PARA IMPLANTAR CAMBIOS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN?

Las empresas no son otra cosa más que las personas que las integran, ejecutando procesos para lograr un resultado, entendamos entonces cómo es que podemos generar cambios en un sistema complejo y establecido.

Es importante enfatizar que todo cambio es un proceso, y que el transitar de cada individuo por esta experiencia implica la aparición de diferentes emociones en tres grandes fases:

- I. Resistencia al cambio. Se manifiesta cuando experimentamos negación, enojo, miedo y confusión.
- II. Resiliencia. Es la capacidad de recuperarnos de situaciones estresantes y que comienza a manifestarse cuando conectamos con la curiosidad. Aceptamos que la realidad ha cambiado y comenzamos a integrar lo nuevo en el día a día.

III. Antifragilidad. Al aprender y desarrollar nuevas habilidades, adquirimos una mejor capacidad de respuesta frente a futuros desafíos. La sensación de competencia se incrementa y mejora la autoestima.

Al final del proceso comenzará una nueva etapa, en la que el desempeño es mejor. Con el tiempo se convertirá en la nueva zona conocida hasta que llegue, otra vez, la necesidad de cambiar y comenzaremos el proceso nuevamente.



En esta curva de aprendizaje encontraremos personas que pueden transitarla más rápido que otras. Algunas se quedarán atoradas en la resistencia, que puede tener como consecuencia que decidan dejar la compañía. En el peor de los casos, mostrarán una actitud negativa que generará un ambiente hostil que obstruirá el proceso de cambio de otros colaboradores.

Una forma en la que se puede facilitar la transición es desarrollando una estrategia que evite asumir que

una orden basta para que las personas desechen hábitos fuertemente arraigados y adquieran nuevos. La propuesta para realizar un abordaje asertivo es mediante la metodología ADKAR, un modelo de gestión del cambio individual denominado así por los 5 componentes que la integran: Awareness (consciencia), Desire (deseo), Knowledge (conocimiento), Ability (habilidad) Reinforcement (refuerzo):

a) Crear consciencia: Mostrar a los colaboradores por qué es necesario cambiar y hacia donde tenemos que ir, lo que se requiere para llegar ahí, y las implicaciones de no hacerlo.

b) Deseo de apoyar y participar en el cambio: Una vez que se ha definido el rumbo, habrá que inspirarlos, mostrarles cómo se verán como organización y como personas cuando hayan cambiado, es decir, darles a conocer los beneficios tangibles e intangibles de lograrlo para que decidan cambiar.

c) Enseñar como cambiar: Sabiendo esto, se abrirán al aprendizaje y la experimentación, tarea que deberá llevarse con un programa de capacitación a todos los niveles para que las personas sepan que se espera de ellos, los procesos, las herramientas etc. que necesitan para implementar el cambio.

d) Habilidad para poner en práctica el cambio: Es el espacio de ex-

perimentación y habilitación de conocimientos, es decir, el momento de poner en acción lo aprendido y enfrentar el cambio.

e) Reforzamiento para sostener el cambio: Darle continuidad a lo que se está haciendo ayudará a generar confianza para ir avanzando en el logro de objetivos. Esto se logra cuando las actividades dirigidas a mantener el cambio hacen que los empleados se sientan reconocidos por sus esfuerzos y logros alcanzados motivándolos y alcanzando un alto de satisfacción personal

Crear un equipo de agentes de cambio que, junto con los líderes, ayuden a la organización en la transición y comunicación de los avances y los logros alcanzados en cada etapa del proceso, va a fomentar emociones positivas que les ayuden a sobrellevar el estrés que genera aprender e implantar algo nuevo.

Si tú, como líder, eres observador y haces una lectura emocional de tu equipo de trabajo, y resistes la tentación de crear atajos en busca de acelerar el cambio, reducirás el riesgo de fracaso y conseguirás tu objetivo, lo que hará que valga la pena la inversión realizada y el esfuerzo para mantenerte en la jugada.

Mtra. Verónica Saldaña Ramírez

Cofundadora de Reinventare Coaching & Consulting
vero.saldana@reinventare.mx

Referencias:

El sentido de lo humano, Humberto Maturana. Ediciones Culturales Paidós

Antifrágil, Nassim Nicholas Taleb. Ediciones Culturales Paidós

Adkar: A Model For Change in Business Government and Our Community, Jeffrey M. Hiatt. Editorial Prosci Learning Center Publications

<https://www.nobelprize.org/>



Lic. Veronica Saldana Ramirez



**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

ENTREVISTA ESPECIAL



TRUCKSLOGIC

TRUCKSLOGIC
TRUCKSLOGIC

TRUCKSLOGIC

Enfocada en brindar soluciones logísticas, la compañía valora la sostenibilidad y las acciones de implementación dirigidas a la comunidad dentro de la Responsabilidad Social Corporativa

Truckslogic es una empresa dedicada específicamente a brindar soluciones logísticas integrales para la distribución de productos y materiales de consumo. Ubicada en Guatemala, cuenta con unidades de transporte y herramientas tecnológicas capaces de adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente.

El CEO Regional, Carlos Miguel Artiga Colato, señala que la novedad del modelo Truckslogic en la región es que desarrolla la figura del piloto emprendedor, que se basa en la generación de incentivos a la productividad para quienes suelen ser el eslabón más débil de la cadena logística: el piloto.

«Bajo el modelo de Trucklogic, satisfacemos directamente las necesidades de las empresas que buscan una distribución eficiente, segura y conveniente, brindándoles servicio a través de recursos confiables y técnicamente capacitados y, sobre todo, imbuidos de la correcta mentalidad empresarial. En esencia, cada conductor de Truckslogic es un microemprendedor motivado por los incentivos adecuados para la excelencia en el servicio que brindamos a nuestros clientes», comenta.

Por lo tanto, estos incentivos correctos, en términos de productividad y eficiencia, permiten que el microempresario eventualmente se convierta en el





incidentes de seguridad, accidentes y pérdida de tiempo y recursos.

Carlos Artiga señala que la adaptabilidad de los tipos de unidades de transporte y la flexibilidad de las herramientas tecnológicas para adaptarse a las necesidades específicas de los clientes han sido el gran diferencial de Truckslogic desde el punto de vista comercial. Sin embargo, la implementación del modelo de Microempendedor es el mayor desafío. «Principalmente debido a cuestiones regulatorias y fiscales en algunos países donde ofrecemos servicios, que muchas veces pueden ser barreras para los empresarios que están interesados en tener su propia microempresa en lugar de ser empleados, como conductores de unidades de transporte», explica, señalando que con el asesoramiento legal correcto, la empresa ha podido superar estas barreras, ayudando a los empresarios a cumplir con los temas regulatorios.



Los ODS en las pautas de atención a la comunidad

El CEO Regional enfatiza que el Modelo Truckslogic se basa precisamente en la lógica de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente aquellos relacionados con generar oportunidades de crecimiento económico y prosperidad para las personas en las regiones donde la corporación ofrece servicios.



propietario de la unidad de transporte y crezca. «Tenemos varios ejemplos de éxito en este sentido», afirma, insistiendo que, para los clientes, esto se traduce en una operación eficiente, con un recurso responsable, capaz de ofrecer el servicio adecuado, en el momento adecuado y a un mejor costo, reduciendo

También en este contexto, Carlos Artiga llama la atención sobre la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). «Como sabemos, esta agenda establece una visión de sostenibili-



dad económica, social y ambiental, de tal manera que nos proporciona pautas a considerar en el diseño de nuestro modelo de negocio», explica. «Parafraseando a Ronald Reagan: “El mejor programa social es un trabajo”; el Modelo Truckslogic ofrece no solamente un trabajo, sino también la oportunidad de generar múltiples emprendimientos, que son la base de la prosperidad», agrega.

Él resalta que, de manera muy específica, el Modelo Truckslogic está definitivamente orientado hacia aspectos relevantes que forman parte de los objetivos de los ODS, como la erradicación de la pobreza, a través de oportunidades de empleo y crecimiento económico, así como de igualdad de género.

«Nuestro modelo no se limita a ofrecer empleos, sino a promover el efecto multiplicador del empleo y la prosperidad, que es la generación de microemprendedores», cuenta el CEO, y enfatiza que, además, Truckslogic reafirma su

compromiso con el futuro del planeta y el uso de energía asequible y no contaminante, ya que es uno de los primeros operadores logísticos de la región en utilizar tecnología de camiones eléctricos.

Además, los aspectos relacionados con la Gestión Ambiental, la Responsabilidad Social y el Gobierno Corporativo son parte fundamental del diseño del Modelo Truckslogic. Como prueba de ello, la compañía es uno de los primeros operadores regionales y latinoamericanos en desarrollar el programa piloto para el uso de tecnología de vehículos eléctricos para la distribución.

En materia de Responsabilidad Social, el modelo está orientado hacia el fomento del emprendimiento, a través de la creación de la figura de un microempresario que pasa de autónomo y, posteriormente, a empresario de transporte en un periodo de tiempo muy corto.

La corporación también trabaja con la

comunidad. En los países donde ofrece servicios, está plenamente involucrada en diferentes programas privados y gubernamentales dirigidos a la distribución de alimentos y productos de consumo masivo a personas de bajos ingresos, productos para la población de bajos ingresos ubicados en áreas remotas y de difícil acceso.

Cercanía al público y seguridad

Carlos Miguel comenta que la corporación cuenta con un equipo joven y entusiasta en toda la región. El modelo Truckslogic brinda a cada empleado la oportunidad de desarrollar sus talentos individuales, tanto comercial como operativamente. «A nivel operativo, promovemos la innovación y la búsqueda constante de alternativas de mejora en el servicio, procesos a nuestros clientes y atención a nuestros proveedores», afirma.

Para ello, la organización también recibe comentarios y dudas sobre el modelo de servicio, especialmente a través de las redes sociales. Según el CEO Regional, dada la naturaleza de las operaciones logísticas, siempre sujetas a variables, la empresa considera esencial el buen manejo de la comunicación con la comunidad.

Truckslogic está certificada por la Alianza Empresarial para el Comercio Seguro (BASC), un programa de cooperación entre el sector privado y organizaciones nacionales y extranjeras creado para promover el comercio internacional

seguro. También ha sido seleccionada como una empresa líder en el manejo de alimentos y medicamentos. «De hecho, en los países que servimos, somos líderes en la gestión de productos que requieren condiciones especiales de transporte y distribución», enfatiza.

Carlos Artiga resume que la gestión empresarial de Truckslogic está orientada hacia el establecimiento de un proceso de toma de decisiones responsable, promoviendo la rendición de cuentas, el mérito individual y la transparencia en la reputación de la empresa, en un entorno donde todos disfrutan de la igualdad de trato y la negociación justa.



Lic. Carlos Miguel Artiga Colato



TRUCKSLOGIC





NOTA CENTRAL

NOTA CENTRAL

ACCIONES ESG EN LA MITIGACIÓN DE RIESGOS EN LAS PYMES

La buena gestión puede considerarse uno de los puntos vitales de una organización, ya que, a través de ella, las reflexiones se ven en la reputación, y ser positivo en este sentido es una de las principales y más importantes pautas de las corporaciones. Además de los clientes, este punto también está relacionado con inversiones, contrataciones y una serie de procesos.

Para ello, es necesario entender el escenario actual relacionado con los riesgos. Se sabe que ese contexto tiene muchas explicaciones, conceptos y particularidades. En general, tiene protagonismo la Salud y la Seguridad Laboral, un campo que está ligado a las grandes y medianas empresas.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), las lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo causaron la muerte de 1,9 millones de personas en 2016. La mayoría de las muertes vinculadas al trabajo se debieron a enfermedades respiratorias y cardiovasculares.

A su vez, las enfermedades no transmisibles representaron el 81% de las muertes. Las principales causas fueron la enfermedad pulmonar obstruc-

tiva crónica, que representó 450 000 muertes; accidente cerebrovascular, 400 000; y cardiopatía isquémica, 350 000. Las lesiones ocupacionales causaron el 19% de las muertes, constituyendo 360 000 muertes.

En este contexto, la OIT considera 19 factores de riesgo ocupacional, como la exposición a largas jornadas de trabajo, la exposición en el entorno de trabajo a la contaminación del aire, exposición a carcinógenos, riesgos ergonómicos y ruido. El principal riesgo fue la exposición a largas jornadas de trabajo, asociadas a 750 000 muertes.

Por otro lado, la exposición en el lugar de trabajo a la contaminación del aire, como partículas, gases y humos, causó 450 000 muertes. Aun según la OMS, esta realidad puede considerarse «impactante», ya que hay un gran número de personas que literalmente mueren a raíz de su trabajo.

En vista de ello, las lesiones y enfermedades relacionadas con el proceso laboral se reflejan en las realidades más allá del entorno empresarial, llegando a los sistemas de salud, reduciendo la productividad y también pueden causar un impacto de proporciones catastróficas en los ingresos de los

hogares, en forma de espiral de acciones.

Las corporaciones también deben recurrir a las iniciativas de la compañía que sirven y apuntan a mitigar los riesgos, especialmente a través de acciones de Responsabilidad Social Corporativa. Según la OIT, en general, las muertes relacionadas con el trabajo por población disminuyeron en un 14% entre 2000 y 2016.

En ese apartado, la Organización señala mejoras en la salud y la seguridad en el ambiente laboral. Por otro lado, es necesario reforzar la atención en la prevención de cardiopatías y accidentes cerebrovasculares asociados a la exposición a largas jornadas de trabajo, dados los incrementos del 41% y 19%, respectivamente.

Riesgos ambientales y corporaciones

Uno de los puntos de la política ESG es el tema ambiental, también cada vez más presente en las pautas corporativas, ya que ello no se vincula solamente a líderes gubernamentales, sino a toda la sociedad y sus diferentes sectores. La OMS argumenta que la crisis climática se configura como una crisis sanitaria.

La agencia de las Naciones Unidas llama la atención sobre la realidad del continente americano, donde se estima que un millón de muertes prema-

turas se atribuyen a riesgos ambientales evitables, como la contaminación del aire, el agua contaminada, el saneamiento inadecuado y los impactos de la crisis climática. Además, el 99% de las personas en el mundo respiran aire insalubre, como resultado de la quema de combustibles fósiles.

La OMS también informa que los sistemas que producen alimentos y bebidas altamente procesados y poco saludables están causando una ola de obesidad, aumentando el cáncer y las enfermedades cardíacas y generando hasta un tercio de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero, comprometiendo la capacidad de las personas para tomar el control de su salud y vida.

En la implementación de acciones dirigidas a la Responsabilidad Social Empresarial, se debe considerar el acceso de la comunidad a los servicios básicos. La OMS muestra que aproximadamente 431 millones de personas en la región de las Américas aún no tienen acceso a sistemas de saneamiento o alcantarillado, de los cuales 9,9 millones todavía defecan al aire libre.

Además, 161 millones de personas no tienen acceso a agua potable, lo que resulta en alrededor de 30 000 muertes evitables cada año. Ante ello, en muchos casos, las empresas pueden establecer alianzas en las que es po-

sible permitir acciones conjuntas destinadas a promover estas comunidades en relación con los servicios básicos.

La contaminación doméstica y ambiental, por otro lado, está vinculada a casi 320 000 muertes evitables por año en la región debido a accidentes cerebrovasculares, enfermedades cardíacas, enfermedades pulmonares y cáncer. En general, casi 80 millones de personas todavía dependen de combustibles contaminantes, como combustibles sólidos o queroseno, para satisfacer sus necesidades de iluminación, cocina y calefacción.

Los riesgos también implican la exposición a productos químicos peligrosos como el mercurio, el plomo y los pesticidas, que comprometen no solo la salud de las personas expuestas directamente, sino también la de los fetos, que pueden sufrir efectos nocivos durante toda la vida. A esto se suman los eventos climáticos que pueden aumentar directamente la prevalencia de enfermedades.

Por ello, la OMS llama la atención de gobiernos, organizaciones, corporaciones y ciudadanos sobre el intercambio de acciones para la protección del planeta y la salud humana. Asimismo, la Organización Pana-

mericana de la Salud (OPS) enfatiza a la sociedad y sus sectores, lo que llama una triple crisis planetaria: cambio climático, pérdida de biodiversidad y contaminación.

También argumenta que al centrarse en las Américas como una de las regiones más desiguales del mundo, donde la riqueza, la desigualdad política y social son «rampantes», se deben hacer esfuerzos adicionales transformadores para proteger la salud de las poblaciones más vulnerables de los riesgos ambientales.

Compliance en medio de acciones

La mitigación de riesgos también está vinculada a las acciones de cumplimiento de las empresas. La tendencia global hacia una corporación ágil, confiable y segura atraviesa el mercado financiero e incluye a las pequeñas y medianas empresas. El incumplimiento normativo no solo conlleva riesgos para la credibilidad, sino que también conduce a una serie de multas y sanciones insostenibles.

El Compliance no solo implica el cumplimiento de las leyes y reglamentos, sino que también se relaciona con el cambio de cultura dentro de una corporación bajo la responsabilidad de todos y en el marco de la ética corporativa. Así,

existen diferentes formas de implementar buenas prácticas, empezando por las más recomendables: voluntarias y conscientes.

La segunda tiene que ver con los problemas de mercado, que obligan a las organizaciones a reaccionar de una manera menos planificada; y la tercera, para aspectos de cumplimiento normativo, que tienen mucha rigidez y que naturalmente vienen acompañados de multas por desconocimiento y mala praxis de la norma. Luego está la menos recomendada, por presión social, que expone la reputación de la organización ante la sociedad.

Para ello, para evitar la improvisación, es importante que una persona esté a cargo del área de Compliance y asesore sobre la posibilidad de riesgo y un modelo de gestión que permita el seguimiento del cambio cultural mediante la actualización de procesos y procedimientos, apoyados en tecnología e innovación.

También en este contexto, como beneficio, la compañía podrá rescatar, además de lo financieramente sostenible, el asentamiento y formalización de buenas prácticas que permitan una mejor organización como ciudadano corporativo de la sociedad. Con esto, las empresas que deseen tener programas de

Compliance necesitan, en primer lugar, comenzar con lo básico.

Un ejemplo es el establecimiento de reglas claras, vigilancia, confianza y recompensas justas. Por lo tanto, el cumplimiento puede y debe aplicarse en los diversos campos laborales, pasando por los sectores público, privado, educativo y ONG, ya que es el camino más corto para cumplir con el marco legal aplicable.

Las empresas necesitan tener, claramente, los conceptos relacionados con la conformidad, como la ética, o la filosofía moral, que está vinculada a la conducta humana, a lo correcto e incorrecto, a lo bueno y a lo malo. Del mismo modo, se enumeran las morales, un conjunto de normas, creencias, valores y costumbres que dirigen o guían la conducta de grupos de personas en la sociedad.

Caminos y alternativas en el mundo empresarial

Al incorporar tales directrices a la planificación, la empresa puede formular políticas que acompañan a los riesgos y pérdidas, en las más diferentes áreas, relacionadas con el trabajo a nivel nacional, regional y global. Esto permite un mayor alcance, programación, costo, implementación y evaluación de intervenciones apropiadas para mejorar

la salud de la población de trabajadores.

Dichas acciones son necesarias para garantizar lugares de trabajo más saludables, seguros, resilientes y socialmente más justos, con un papel central en el desempeño de la promoción de la salud en el lugar de trabajo. Cada factor de riesgo tiene un conjunto único de acciones preventivas, el cual puede ser consultado por todo el equipo.

Un ejemplo de ello es evitar la exposición a largas jornadas de trabajo, una acción que requiere un acuerdo sobre límites máximos saludables en el tiempo de trabajo. Para reducir dichos riesgos, se recomienda controlar el polvo, la ventilación y el equipo de protección personal.

Estos factores de riesgo también pueden reducirse o eliminarse mediante cambios en los modelos y sistemas de trabajo. Garantizar la salud y la seguridad de los empleados es una responsabilidad compartida del

sector de la salud y el trabajo, ya que ningún empleado puede quedarse atrás en ese aspecto.

Referencias:

https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_820318/lang--pt/index.htm

<https://brasil.un.org/pt-br/177050-no-dia-mundial-da-saude-onu-foca-na-saude-do-planeta=-e-da-populacao#:~:text=Polui%C3%A7%C3%A3o%20do%20ar%2C%20%C3%A1gua%20contaminada%2C%20saneamento%2F-sistema%20de%20esgoto,mais%20urgentes%20para%20a%20regi%C3%A3o.>

https://www.laqi.org/Brazil_Quality_Summit2021/

Este artículo también cuenta con informaciones extraídas de material propio de LAQI.



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE



REPORTAJE ESPECIAL

MOLTHIS TRADES SOLUTIONS SRL

Ubicada en República Dominicana, la empresa se dedica a las demandas de los clientes, priorizando la calidad, la excelencia y las iniciativas para una buena gestión corporativa.

Molthis Trades Solutions SRL es una empresa que se dedica a la venta de empaques al vacío, rollos de termoformación y tripas de colágenos y celulosas. Desde el año 2010, pasa a importar bolsas plásticas. Ubicada en la República Dominicana, la organización atiende procesadoras de carnes, supermercados, pescaderías, mataderos, agroindustrias, avícolas, ganadería, plantas procesadoras de granos, entre otros.

El gerente general Gennaro Castiglia comenta que la empresa se guía por la ca-

lidad y la excelencia, presente en todas las actividades y procesos. Aunque está en la búsqueda de la certificación en ISO 9001:2015, la organización está continuamente atenta a los temas de mejora continua.

«Trabajamos para brindar productos de muy buena calidad a un precio razonable, de manera que podamos mejorar la calidad de vida tanto para nuestros clientes como para nuestro personal. Para lograrlo, tenemos un enfoque en las necesidades del cliente, logrando satisfacerla





y conseguir con esto una fidelidad hacia nosotros, siendo leales y manteniendo la consistencia en los procesos», comenta.

Señala que, en medio de ello, la corporación no deja de observar el factor principal de la institución: los colaboradores, ya que, junto con el trabajo que realizan, la empresa logra alcanzar sus objetivos.

«Mantenemos un estándar en el despacho de la mercancía que distribuimos, implementamos estrategias de mejoras continuas para logran un excelente funcionamiento tanto el e producto como en el servicio que brindamos», enfatiza.

Para ello, las directrices utilizadas para

alcanzar estos objetivos pasan por los siguientes puntos: contar con una planificación estratégica de todos los pedidos y despachos, brindando al cliente la satisfacción de los productos que recibe; poder brindar un servicio de calidad en tiempo récord; e implementar descuentos en productos, logrando gran demanda en el mercado de manera sostenible.

A su vez, los principales retos son brindar un servicio de excelencia; distribuir los productos a nivel nacional; expandir a nivel internacional; ofrecer productos de primera calidad a un bajo costo continuamente; ampliar el personal de trabajo, brindándole oportunidad a nuevos integrantes; así como lograr mejorar continuamente su ambiente laboral.

Gennaro Castiglia hace hincapié en la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enfatizando su importancia para todos los sectores y la sociedad en general. «Como indican los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se logrará erradicar la pobreza, lograr la igualdad en todos los puestos laborales y en muchos cargos que solo estaban dirigidos a un género en específico, decir no a la violencia de género, proteger nuestro medio ambiente», dice.

El gerente general también destaca la relevancia de los clientes y proveedores, así como las estrategias para la satisfacción de cada grupo. Para los clientes externos, la empresa trabaja para satisfacer sus demandas de productos, ser cortés al proporcionar ser-

vicios, cumplir con las entregas en el menor tiempo posible y utilizar todos los medios de envío para que el cliente reciba sus productos.

Respecto a los clientes internos, la organización crea un ambiente de trabajo satisfactorio, proporciona empleos remunerados justos que mejoran la calidad de vida de los empleados, los considera para un cambio de posición antes de atraer nuevos clientes potenciales, proporciona las protecciones de seguridad necesarias para cada área, pagos oportunos y directos que corresponden a este grupo por ley.

Y para los proveedores, la empresa resalta que el pedido se realiza con tiempo suficiente para que estén listos, realiza los pagos dentro del plazo





pactado por ambas partes y presta un servicio afable para que se pueda establecer una afinidad entre ambas empresas.

Gennaro Castiglia también enumera a sus stakeholders, a quienes la empresa recurre con buen trato a los colaboradores para que se sientan satisfechos y tengan la oportunidad de crecer. La corporación también garantiza un salario digno, seguro médico, seguridad en el lugar de trabajo y cumplimiento de las horas de trabajo establecidas.

Con base en este conjunto de acciones e iniciativas, el gerente general enfatiza la necesidad de que la organización observe los problemas de la gestión. «Este punto es de vital importancia para nuestra empresa, ya que, si no brindamos un servicio excepcional, no lograremos fidelizar a nuestros clientes y no lograremos crecer como anhelamos», concluye.

m lthis

trade solution



Empaques

- Rollos de Termoformacion
- Fundas Empaque en Vacio
- Fundas Termoencogible
- Atmósfera Modificada
- Fundas Stand-up
- Fundas Doy-Pack
- PADS

Tripas

- Colageno
- Celulosa

Maquinarias NUEVA y USADA

- Sector Carnico
- Sector Quesero
- Sector Empaque

Mantenimientos

Instalaciones de Equipos

Asesorías Gratis



RE POR TA JES



APVS BRASIL

APVS Brasil es una Asociación de Protección Vehicular con servicios dirigidos al propietario de automóviles, clase C y D, y al público restringido al mercado de seguros convencionales, vehículos antiguos, jóvenes y perfiles de personas que no tienen ningún tipo de protección en sus vehículos. Ubicada en Belo Horizonte, en el estado de Minas Gerais, la empresa tiene la misión de promover el asociativismo con excelencia en el servicio, agregando beneficios a los asociados.

El presidente de la asociación, Alexandre Assis Scarpelli, comenta que la organización lleva más de 10 años en el mercado y, a lo largo de su historia, ha tenido que superar desafíos, como lo geográfico, en el caso de la cobertura nacional; logística de

servicios; gestión de personas/liderazgo; y desarrollo de equipos. A su vez, estas realidades fueron impulsos a la visión de APVS Brasil, que se resume en ser la mayor asociación de beneficios con operaciones en cuatro países de América Latina.

Para ello, una serie de valores apuntan a la calidad y al proceso de mejora continua en la prestación de servicios, como la satisfacción del asociado, el aprecio y respeto por las personas, la responsabilidad social, los servicios con excelencia, la integridad y la sostenibilidad. Así, el miembro obtiene beneficios que van desde inversiones hasta seguridad y asistencia, involucrando las protecciones automotrices, motocicletas, camiones, así como los servicios por aplicación.



Con acciones vinculadas a la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la compañía hace hincapié en la Responsabilidad Social Corporativa. «Participamos en un proyecto social, una organización no gubernamental (ONG), así como algunos atletas patrocinados, en el que fomentamos el deporte para los jóvenes. También integramos acciones de diversas naturalezas, en asociación con la Policía y la Guardia Municipal», explica, destacando la construcción de la perrera de la Guardia Municipal de Belo Horizonte.

Alexandre Assis también señala que la empresa aporta a la satisfacción de sus clientes y proveedores con canales de atención, productos y servicios exclusivos. Además, cuenta con un sector responsable, el Centro de Relaciones

con Asociados (CRA), que realiza todas las gestiones relacionadas con posibles quejas, sugerencias o felicitaciones. En vista de ello, el presidente enumera la importancia de una buena gestión, que genere resultados.

El presidente también resalta, en un contexto de cambios en un mercado laboral competitivo, el valor de una consultoría especializada en gestión de personas para que se mantenga la cultura organizacional. Esta actividad proporciona soluciones orientadas a la adopción de prácticas ágiles, con rutinas aplicables, relacionando puntos como el mantenimiento del ADN de la corporación, la motivación, la satisfacción de los colaboradores y el clima organizacional.



Para Alexandre Assis, la consultoría en gestión de personas ocurre de acuerdo con las demandas específicas de la institución, considerando la cultura de la empresa y poniendo rutinas y procesos adecuados a la realidad del lugar. Por lo tanto, en primer lugar, los responsables de consultoría tienen que hacer una evaluación en profundidad de la cultura organizacional para no enumerar acciones equivocadas o alejadas de hábitos y objetivos, incluido el análisis de datos existentes.

El presidente afirma que, a través del equipo de consultoría, es posible evaluar la organización en su conjunto, así como la dinámica interna de RR.HH. y sus interacciones con otros departamentos. Se señalan, entonces, las fallas u oportunidades que muchas veces pueden ser poco evidentes para los directivos enfocados sus respectivas áreas.



La Cooperativa de Servicios Públicos de Agua Potable y Alcantarillado “Villa 1ro de Mayo” R.L. (Coopaguas R.L.) es la empresa encargada de prestar los servicios básicos a la población de la Villa 1ro de Mayo, Distrito N° 7 que está ubicado en la zona este de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

MISIÓN

Prestar servicios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario a la población dentro del área de licencia con calidad, continuidad y eficiencia para mejorar sus condiciones de vida.

VISIÓN

Ser una cooperativa modelo en el área periurbana, por su eficiencia, innovación tecnológica, personal capacitado, referente nacional en la prestación de los servicios.



RIBEIRO COSTA ADVOCACIA

Ribeiro Costa Advocacia es un despacho de Asesoría Jurídica en Derecho Inmobiliario y Regularización de Suelos, está ubicado en Palmas, estado de Tocantins. Las actividades están dirigidas a productores rurales, agroindustriales, agronegocios, empresarios e inversionistas inmobiliarios. En el mercado desde 2014, para el equipo, uno de los principales retos fue ampliar el campo de trabajo y encontrar buenas alianzas.

El socio fundador, Dr. Antônio Ribeiro Costa Neto, señala que la búsqueda de la excelencia es continua, dado que los

servicios están guiados por la búsqueda de la solución extrajudicial en temas legales, entregando de manera rápida, segura y sin complicaciones a los clientes. «El principal desafío es lidiar con la burocracia relacionada con los órganos que conforman el poder público en Brasil», confirma, llamando también la atención sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): «Es indispensable buscar formas de fomentar el Desarrollo Sostenible, basado en la explotación racional de los recursos naturales renovables, así como preservar, como objetivo fundamental del Agro-





negocio, la función socioambiental de la propiedad», explica.

Dada la importancia de este campo, el despacho comenta sobre su intención de implementar programas para ayudar a las entidades de apoyo a los animales en estado de abandono, lo que se relaciona a la Responsabilidad Social Corporativa.

El Dr. Antônio Ribeiro afirma que el equipo busca entregar a los clientes un servicio orientado en el estándar de excelencia y calidad de Ribeiro Costa Advocacia. Es similar a los empleados y proveedores de servicios. «Tratamos

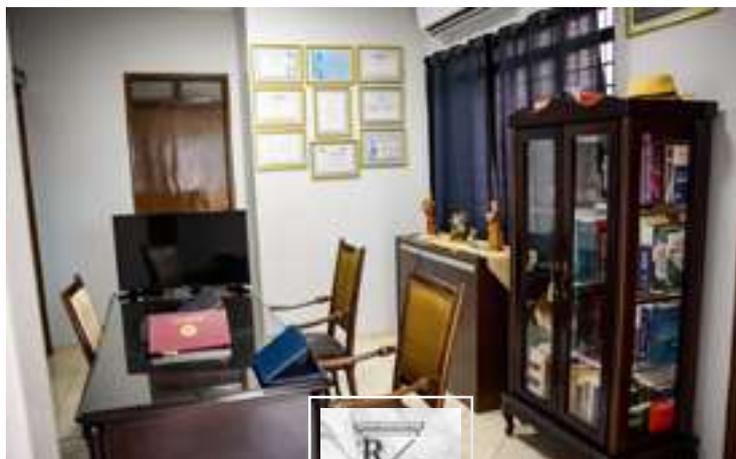
de presentar demandas objetivas, de manera oportuna y ofreciendo una remuneración ventajosa», dice. En vista de ello, destaca la cercanía al cliente y el acceso a los procesos judiciales.

«Estamos muy atentos al retorno de nuestros clientes y mantenemos contactos periódicos para posicionarlos sobre el progreso de los servicios contratados, así como posibles críticas, insatisfacciones, intereses desatendidos y sugerencias», enfatiza el Dr. Ribeiro. También comenta sobre las estrategias responsables de la firma con respecto a la satisfacción de los grupos de interés, así como las iniciativas

que se vienen implementando. «Buscamos mantenernos en contacto con nuestros grupos de interés brindando siempre información sobre los cambios legales que pueden impactar su vida cotidiana, así como implementar un proceso integrado de satisfacción de demandas que beneficie la efectividad, rapidez y participación de los clientes en nuestras actividades dirigidas a atenderlos», enfatiza. En ese ámbito, resalta también la ética y la seguridad con la que trabajan.

Pensando en ello, desde 2017, Ribeiro Costa Advocacia cuenta con un programa de Cumplimiento Tributario que tiene como objetivo armonizar las operaciones financieras de la firma con la compleja realidad fiscal de Brasil. Según el socio fundador, actualmente, la mutabilidad de las tasas de interés y las tasas impositivas representan un fuerte desafío. Además, es importante resaltar que los datos de los clientes están protegidos.

«La mejor referencia de una empresa en nuestro campo son los “casos de éxito”. Buscamos mantener el alto grado de especialización y dedicación de nuestros profesionales, siempre de acuerdo con nuestro estándar de servicio, con el fin de entregar respuestas rápidas y efectivas a las demandas presentadas por nuestros clientes. En este sentido, la gestión del tiempo, de las actividades y de los recursos son temas indispensables para aquellos que



METODOLOGIA DE TRATAMENTO



Na prática, o tratamento ao dependente químico e/ou etílico se divide em etapas somando um tempo de doze meses de tratamento, dependendo da evolução individual, sendo elas:



1ª etapa: de 0 a 30 dias – DESINTOXICAÇÃO E ACOLHIMENTO.

Objetivo: estabilizar o quadro fisiológico e neurológico do acolhido, visto ser o período de maiores sintomas físicos de abstinência. A frequência dos atendimentos individuais é mais intensa devido a necessidade de formar vínculo entre paciente e equipe terapêutica, além da construção do PAS – Plano de Atendimento Singular, a partir da anamnese familiar e da coleta de dados inicial feita pelo terapeuta. **Nessa etapa o desligamento emocional dos familiares e amigos faz-se necessário por se tratar de um período de alterações significativas de humor, confusão mental e inabilidade para compreender os próprios sentimentos. É fundamental para a família que busquem grupos de ajuda e profissionais para o suporte emocional afim de lidarem com a internação do seu ente querido de forma a contribuir positivamente para seu tratamento.**

2ª etapa: de 31 a 90 dias – MOTIVAÇÃO E ADAPTAÇÃO



Objetivo: conscientizar sobre a doença da adicção; promover o conhecimento, reformulação psíquica e identificação de comportamentos inadequados. Auxiliar na vivência de possíveis sentimento de culpa e processo de luto. Eliminação da obsessão e minimização da compulsão pela substância. Período de extrema importância, uma das fases mais delicadas do programa.

3ª etapa: de 91 a 180 dias - REABILITAÇÃO E REINSCRIÇÃO SOCIAL



Objetivo: mudança de comportamento, planejamento e estruturação do seu projeto de vida com plano de prevenção a recaídas, readquire habilidades sociais, e reinsere na sociedade. Conscientizar do seu alcance e limites, libertar-se das culpas, se perdoar, e o desafio de estar por si mesmo buscando a sua sanidade. As ressocializações e exposições trazidas a ambientes externos a clínica são essenciais para que o indivíduo possa usar as ferramentas adquiridas com o benefício de estar amparado por profissionais a fazer os ajustes finais para retornar a sociedade.

4ª etapa: pós internação – ACOMPANHAMENTO POS ALTA

Objetivo: auxiliar na manutenção do tratamento e a sanar possíveis dificuldades que possam acarretar em recaída. Reforço contínuo do conhecimento teórico e prático em seu novo âmbito social, através do retorno do residente uma vez por mês após sua saída, além de contatos telefônicos e por e-mail com o profissional de sua maior identificação.

Consultas ambulatoriais realizadas com clínico geral, psiquiatra, psicólogos, nutricionista são realizadas mensalmente pelo período que a equipe julgar necessário afim de promover suporte pós internação.



“Ser livre é não ser escravo das culpas do passado nem das preocupações do amanhã. Ser livre é ter tempo para as coisas que se ama.

É desenvolver a arte de pensar e proteger a emoção. Mas acima de tudo, ser livre é ter um caso de amor com a própria existência e desvendar seus mistérios.”

Augusto Cury

ATTO EXP EMPRESARIAL

Atto Exp Empresarial desarrolla e implementa procesos de gestión financiera y gestión empresarial, así como asesora en proyectos de inversión de pequeñas, medianas y grandes empresas. Con sede en la ciudad de Araraquara y filial en Ribeirão Preto, ambas en el estado de São Paulo, la empresa brasileña opera en los siguientes bloques: Atto Consultoria, Atto Agro y Atto Investimentos.

El vicepresidente, João Fossaluzza, y la CEO, Samara Fossaluzza, fundaron la corporación en octubre de 2014. Casados desde 2008, siempre han tenido el sueño de emprender algo que marque la diferencia en la vida de sus clientes y el significado de sus vidas. Con esto, en 2011, João, con un año de licenciatura en Administración de Empresas, y Samara,

en el primer año de la licenciatura en Administración, decidieron iniciar una empresa de consultoría financiera.

Los directivos cuentan que la empresa fue ganando estructura incluso ante la afirmación de personas que les decían que era una idea imposible, ya que ambos eran jóvenes, siendo él recién egresado y ella en su primer año en la Universidad. «Entonces, en esa misma ocasión, comenzó el gran y desafiante viaje de emprender», comentan. De esta manera, João se desvinculó de su antiguo trabajo y, así, la pareja empezó la consultora llamada JRS.

La evolución del trabajo y la atención total centrada en la excelencia trajo nuevos clientes e indicaciones, desper-





tando la necesidad de cambios en el nombre de la empresa a algo más impactante en el mercado. Entre los diferentes nombres sugeridos, el campeón en la carrera fue Atto, que proviene del italiano y significa «acción, actuación, manifestación variable evaluable de una determinación de voluntad o un sentimiento».

En 2021, Atto Consultoria e Gestão Empresarial pasó a llamarse Atto Exp Empresarial, agregando el EXP con el significado de «expansión», dado que la empresa está en constante crecimiento, atendiendo a más y más clientes y agregando nuevos servicios en su cartera. A pesar de los desafíos, João y Samara señalan que los valores siempre han guiado la historia de la corporación.

«Los puntos cruciales para esta evolución empresarial en la vida de estos jóve-

nes emprendedores fue creer en Dios y en sus sueños, ser verdaderos y creer que realmente marcarían la diferencia en la vida de las personas, aunque fueran pocas, en un principio, pero querían dejar algo notable donde quiera que fueran», contaron, recordando su historia y la de Atto.

Por lo tanto, la empresa prioriza la excelencia y la calidad en el servicio al cliente y al socio, lo que se traduce en más y nuevos negocios. El negocio ha crecido y se ha expandido, teniendo como actividades principales la consultoría de gestión empresarial y financiera, así como la consolidación en la estructuración de operaciones de crédito y financiamiento en los mercados financieros y de capitales, siendo especialistas en agronegocios y atendiendo a todo público que requiera una consultoría personalizada que cumpla con todos los

objetivos de clientes y partes interesadas con calidad.

En los bloques de operación, Atto Consultoría recurre a la consultoría en gestión empresarial y gestión financiera, centrándose en maximizar la rentabilidad, teniendo una amplia cartera de clientes. Para ello, su metodología es la elaboración de un diagnóstico empresarial completo y diferenciado, proponiendo todo el plan de acción estratégico centrado en resultados y desempeño.

Atto Agro, a su vez, está dirigida a operaciones de crédito rural, inversiones y consultoría de agronegocios, con la profesionalización de clientes, siendo una herramienta para el crecimiento del sector, liderando operaciones de desarrollo estructuradas y diferenciadas para diversos propósitos del segmento. Por otro lado, Atto Inversiones se especializa en operaciones estructuradas en el mercado financiero y de capitales, con un equipo multidisciplinario y siempre liderando la mejor solución de crédito y financiamiento con el cliente.

«Lo más importante para Atto es entregar un trabajo de calidad para que los clientes siempre puedan tener un diferencial competitivo en el mercado, aumentando así la rentabilidad y maximizando sus ganancias y proactividad. Atto Exp Empresarial opera con empresas de todos los tamaños y segmentos de mercado, así como con Agronegocios», resume.

También comentan que la empresa está atenta a la evolución del mercado y ha ido creando e implementando nuevos parámetros de calidad total para que



el servicio y el flujo de procesos estén siempre enfocados a la calidad, aplicando los principios de eficiencia y eficacia, teniendo procesos que faciliten y simplifiquen el avance de cada proyecto.

Por lo tanto, con los estándares y procedimientos, Atto tiene como principales directrices un flujo amplio y preciso de Compliance, con las directrices de la Ley General de Protección de Datos (LGPD), capacitación y tecnologías necesarias, siempre trabajando para que todos los procesos sean siempre transparentes, tanto con los clientes como con el equipo, incluyendo ser reconocido con el Premio Quality Brasil 2022.

Entre los principales retos, los directores señalan la elaboración de normas y procedimientos y su aplicación inicial. Hoy en día, la empresa cuenta con un manual interno, en el que fomenta y aplica todos los estándares allí descritos para cumplir y observar, de manera confidencial, la legislación, y siempre con la aplicación de principios éticos en la toma de decisiones, preservando siempre su integridad con resiliencia, así como todo el equipo, la gerencia y las partes interesadas.

João y Samara Fossaluzza señalan que la organización apoya y cree en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. «Pensar en las generaciones futuras y la continuidad de la vida está en nuestros principios y valores», dicen. Ellos también resaltan que la empresa está alineada con los objetivos de generar progreso, crecimiento económico y avances científicos con la amplia preservación del medio ambiente, generando un crecimiento saludable para todos en la comunidad.

El vicepresidente y la CEO también llama la atención sobre la Responsabilidad Social Corporativa dentro del gobierno corporativo de Atto. Para ello, la empresa sigue estrategias de marketing responsables, manteniendo el compromiso de iniciativas voluntarias, incluyendo ser reconocida por su importancia para el desarrollo social y económico del país.

«Tenemos un proyecto para apoyar el desarrollo económico de los pequeños empresarios para que puedan generar sostenibilidad en sus acciones con el mercado y la sociedad, así como socios, como inversionistas ángeles en proyectos que demuestren características de responsabilidad social y ambiental», explican. Así, en la planificación estratégica de Atto Exp Empresarial está el apoyo al deporte paralímpico.

Por último, resaltan la gestión para la definición y controles de objetivos internos y externos de la empresa, ya que es muy importante estar en contacto con el desarrollo de la organización. «Por ello la importancia de los objetivos y directrices y el seguimiento continuo, para que nuestros parámetros de calidad se mantengan siempre altos», concluyen.





**PUBLI PLUS
TEXTIL**



CONFECCIÓN DE UNIFORMES Y ROPA INDUSTRIAL



¿QUIENES 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:



SIMONE TORRES ADVOGADOS ASSOCIADOS

Con operaciones en todo el territorio nacional, el despacho Simone Torres Advogados Associados es una de las más grandes del país en referencia a causas laborales especializadas para bancarios. Invirtiendo en un servicio legal más humanizado, la firma emergió en Brasil como la recordista en garantía de derechos y empleos en su rubro.

La historia de la socia fundadora, la Dra. Simone Torres, quien da nombre a la firma, se confunde con la de muchos clientes que se identifican con el servicio brindado. Fue gerente de banco durante muchos años, viviendo el día a día en su rubro. Además, se ha desempeña-

do como líder sindical, siendo una de las responsables de más de 200 reintegros de trabajadores bancarios para trabajar.

Con despachos en Río de Janeiro, São Paulo y Brasília, Simone Torres Advogados Associados cuenta con un equipo de profesionales especializados en Derecho Laboral formado por más de 30 abogados que trabajan diariamente en atención al cliente.

La Dra. Simone explica que durante el período de la pandemia de covid-19, la firma se destacó por sus inversiones en tecnología que permitió un servicio más cercano a sus clientes, incluso en diferen-



tes espacios físicos. La abogada señala que el cuidado individualizado del banco es una de las características de la firma, que siempre actúa en la búsqueda de corregir o reparar, bajo la tutela del Poder Judicial, cualquier injusticia que ocurra en el universo de las relaciones jurídicas laborales entre los banqueros y sus colaboradores.

La amplia experiencia de la socia fundadora y la mirada sensible a esta causa es la razón del crecimiento y éxito de la firma, que siempre busca ante todo el desempeño con calidad, ética, transparencia y respeto.

«Comprendí que, en ese rubro tan presionado por metas inalcanzables, trabajando con una sobrecarga de trabajo y un déficit de empleados, podía hacer un poco más. Así fue como me eligieron directora del Sindicato de Bancarios y trabajé, durante muchos años, defendiendo las prerrogativas de esa categoría, alcanzando el éxito de devolver el trabajo bancario a más de 2000 personas. Cuando hablamos de 2000 personas, estamos hablando de 2000 familias y de devolver la dignidad y hacer justicia a estos trabajadores. Eso es lo que nos mueve», afirma la Dra. Simone Torres.

Al comentar sobre cómo aporta la firma a la satisfacción de los clientes y proveedores internos y externos, la Dra. Simone Torres señala que el despacho cuenta con un equipo de excelencia extremadamente calificado, que se refleja en un servicio ético, rápido y eficiente. Además, desde la implementación, la firma invierte fuertemente en calidad en el servicio, así como inversiones en la calificación del equipo, trabajando de manera proactiva y buscando la sa-

tisfacción del cliente. «Con esta forma accionar, no tenemos ningún grado de insatisfacción», enfatiza.

Combinar los conocimientos para actuar de manera más incisiva en la garantía de los derechos fue lo que llevó la Dra. Simone Torres a formar el despacho de abogados. «Con el conocimiento de haber pertenecido a la categoría y al rubro sindical para defenderla, entendí que podía hacer un poco más, buscando ante los Tribunales la reparación de los daños sufridos por los trabajadores. Y respecto a nuestra firma, entiendo que necesitamos tener un servicio legal más humanizado, con un banco de abogados súper competentes, éticos y calificados para cumplir con la categoría. Competencia, ética para agregar valores en la vida de las personas y traer dignidad y justicia», 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

PUBLI PLUS TEXTIL E.I.R.L.

Publi Plus Textil es una empresa cuya actividad principal se resume en la confección y producción de ropa industrial y la manufactura de productos de merchandising. Ubicada en Perú, La organización ofrece y vende productos al mercado para su uso o inversión, ya que, una vez satisfecha la necesidad del cliente, el bien permanece y no desaparece.

La gerente general Patricia Rodríguez Piedra comenta que los trabajos comenzaron en abril de 2016. La primera actividad fue un estudio de mercado para descubrir el nicho que no estaba tan explorado en el mercado. «Por eso, empecé con el tema de merchandising

y, poco a poco, veía en los talleres de confección los distintos tipos de tela y prendas», recuerda.

La empresaria señala que lo aprendió gracias al personal del taller, que le enseñó desde lo más básico. «Así, pude identificar la necesidad principal del cliente: brindar un servicio personalizado con la mejor calidad a un precio competitivo», enfatiza. Para ello, la búsqueda de la calidad sigue siendo una nota clave en todas las acciones de la empresa.

Patricia Rodríguez resalta que la corporación cuenta con un programa de Calidad Total, cuyos lineamientos son



Patricia Rodríguez



estos: enfocarse en sus clientes estrellas, buscando comprender sus necesidades y forjando buenas relaciones con ellos, generando un ambiente de fidelización. Además, cuenta con el compromiso hacia sus trabajadores haciéndoles saber que cada uno brinda una importancia individual en la empresa, por lo que se reconoce su esfuerzo y desempeño.

La empresa también cuenta con un sistema conjunto, en el que todos los departamentos trabajan en equipo, de forma integrada, ya que esto fomenta la cultura empresarial. Los principales desafíos de la son la generación de más ventas a través del aumento de la participación de mercado, la permanencia del mejor ambiente de trabajo, la creación de un itinerario de capacitación constante en un espacio de expresión seguro y libre, para la participación activa en la toma de decisiones, y la agenda de un análisis de

procesos del departamento para debilidades y fortalezas, amenazas y oportunidades.

El gerente general explica que, en cuanto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la compañía enfatiza que contribuyen a la sociedad global, logrando ayudar a las empresas y personas en la búsqueda de un objetivo común, que es una acción integrada que debe ser priorizada. En este contexto, Publi Plus Textil cuenta con dos programas medioambientales. El primero es la reducción en el uso de las etiquetas de las prendas y artículos. «Debido a esta acción, no solo se reduce en tela, sino también en el uso de energía e insumos, ayudando así a producir menos efectos tóxicos», señala.

Un segundo proyecto, implementado más recientemente, se basa en el hecho de que, por cada pedido mayor a 50 uni-

dades, se planta un árbol en la ciudad de Chincha, Ica, para poder ayudar a la forestación del lugar. «Publi Plus textil está feliz con los resultados, pues se ha logrado ahorrar casi a un 89% de energía, insumos y tela en los últimos 2 años. Además, el nuevo programa está dando poco a poco frutos, pues ya hay cuatro árboles plantados, esperando poco a poco lograr más», comenta la gerente.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, se han implementado tres programas. Además, la compañía presenta su compromiso a través de la igualdad salarial, tanto para hombres como para mujeres. Su compromiso social también se basa en donaciones mensuales de alimentos a los más necesitados en el distrito de La Victoria, así como la participación del gerente de marketing de Cruz Roja en 2021.

«Nuestro principal reto era la organiza-

ción para que no solo pudiéramos contribuir dentro de la empresa, sino también con la sociedad. Lograr la meta de donación mensual también fue un desafío, así como ahorrar el uso de telas y etiquetas», afirma.

Publi Plus Textil también tiene un fuerte compromiso con sus clientes y proveedores. Por lo tanto, ofrece la mejor calidad de telas y productos del mercado. Antes de realizar la entrega de un pedido, se realizan pruebas en las telas utilizadas para comprobar la reacción a ciertos tipos de lavado o productos químicos, en base a la ficha técnica que se proporciona, para que el cliente no tenga problemas en el futuro.

Además, la empresa siempre mantiene los plazos programados con los clientes, porque Publi Plus Textil está atenta a los tiempos. También se trata de mantener un ciclo largo de vida de cliente,



pues no solo se dispone a producir, confeccionar y entregar, sino que la empresa hace un seguimiento para ver la experiencia posterior del cliente con el producto y analizar los puntos a mejorar y mantener.

Por otro lado, las estrategias responsables por lograr la satisfacción de los grupos de interés se basan en recomendaciones de los clientes para mejorar la calidad de las telas de los uniformes, brindando muestras para que puedan probarlas con su equipo y así tomar una mejor decisión. Además, los pagos siempre se realizan en tiempo oportuno y libre a los proveedores, siempre teniendo en cuenta su tiempo y servicio. Finalmente, se implementa la estrategia de integración entre los trabajadores, no solo para tener reuniones agradables, sino también para conocer sus opiniones para mejorar cada vez más.

La compañía también cuenta con dos programas de Compliance. El primero se basa en el cumplimiento de la normativa medioambiental y el segundo, en el cumplimiento en el mercado y con los consumidores, pues Publi Plus Textil los protege durante sus visitas a nuestra página web, durante su proceso de compra, ya sea físico como en línea.

Las principales pautas que se han seguido en ambos programas han sido hacer un análisis de riesgos para poder definir los protocolos a seguir bajo un código ético de la empresa. Una vez

implementado, se hace el seguimiento. El principal reto fue la capacitación de los empleados para poder implementar ambos programas, poder guiarlos de la mejor manera, acorde a su área de trabajo.

«Para Publi Plus Textil, tener una buena reputación corporativa significa tener una ventaja competitiva, pues con esta característica retenemos a nuestro grupo de clientes y generamos el proceso de fidelización, no solo de los clientes, sino también de los trabajadores para que a largo plazo haya más beneficios para la empresa. Una buena gestión de la empresa para poder tener una reputación positiva corporativa se basa en confianza, admiración, liderazgo y ética», concluye la gerente.





PUBLI PLUS RECIBIÓ EL PREMIO EMPRESA PERUANA DEL AÑO 2021

Por liderar la categoría Industria, rubro Manufactura de Ropa Industrial, la empresa Publi Plus recibió el Premio Empresa Peruana del Año 2021 - Edición Pyme, en cena de gala realizada en el Hotel Los Delfines. Patricia Rodríguez Piedra, Gerente General, recibió el premio, acompañada de sus hijas, Mia y Nicolle Mongilardi Rodríguez, Coordinadora General de Marketing.

¿Estas preparado para la temporada de cosecha del cardamomo?

SI NECESITAS FINANCIAMIENTO



PONE A TU DISPOSICIÓN



Un producto crediticio exclusivo para el sector agrícola.

Para mayor información acércate a nuestras oficinas.

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LAS AMÉRICAS

El Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA) es una institución técnica de Educación Superior, fundada en el año 2000 por el Estado dominicano. Es la única especializada en educación tecnológica en República Dominicana y se dirige al público joven, con formación académica en las áreas tecnológicas.

El rector de la institución, Ing. Omar Méndez, explica que ITLA orienta su vocación a transformar la vida de la juventud dominicana mediante una formación académica que les capacite para utilizar la tecnología como catalizador del desarrollo social y humano de los ciudadanos.

En vista de esto, el Instituto cuenta con varios premios por el prestigio y calidad de

sus servicios, entre ellos el Premio Nacional de Calidad otorgado por el Ministerio de Administración Pública del país, convirtiéndose en la primera institución académica en recibir dicho reconocimiento.

Omar señala que las áreas de especialización del Instituto Tecnológico de las Américas son: Desarrollo de Software, Redes de Información, Multimedia, Mecatrónica, Manufactura Automatizada y Seguridad Informática. Además, cuenta con la Escuela de Idiomas.

«Formamos profesionales competentes en alta tecnología. Nuestro compromiso es satisfacer las expectativas del cliente a través de programas educativos de excelencia, la mejora continua de nuestros





procesos académicos y administrativos, cumpliendo con los estándares de calidad y las normativas legales aplicables, a los fines de ser referente a nivel nacional e internacional», explica respecto a la política de calidad de la institución.

Así, los objetivos de calidad pasan por las siguientes acciones: Satisfacer las expectativas de los clientes de los diversos programas tecnológicos en un 95%; cumplir con los requisitos legales y de las normas de referencia ISO 9001:2015 en un 95%; y fomentar anualmente la formación interna de un 80% de nuestros colaboradores en los pilares básicos para la mejora continua.

El rector también llama la atención sobre el ámbito de la Responsabilidad So-

cial Corporativa, destacando el proyecto ProtoScanner 3D, que nace con el objetivo de satisfacer las necesidades de aquellas personas que se encuentran en una compleja situación económica y que han sufrido una amputación trans tibial o transfemoral de piernas.

«Con este proyecto, al manufacturar la prótesis por tecnología aditiva, se obtendrán reducción en los tiempos de fabricación, y obtención de geometrías complejas, visiblemente más agradable», afirma, señalando que, con el apoyo del gobierno dominicano, ITLA y SENASA han unido esfuerzos mediante una alianza estratégica, para devolver la esperanza de una mejor calidad de vida a cada persona con amputación.



Omar enfatiza que todo el equipo de ITLA está comprometido con la satisfacción del cliente a través de la mejora continua de los procesos. El Departamento de Calidad en la Gestión, es el encargado del sistema de garantía interno de calidad. Vela por el cumplimiento de las políticas y procedimientos institucionales.

En este contexto, las principales actividades son: hacer seguimiento a los procesos institucionales; medir y evaluar la satisfacción de los servicios académicos; medir y evaluar la satisfacción docente; recibir y canalizar las quejas y sugerencias; hacer seguimiento al cumplimiento de políticas y normas ISO 9001-2015.

A su vez, los reconocimientos que ha recibido son: Premio Nacional a la Calidad 2006- Medalla de Plata; Premio Nacional a la Calidad 2008 - Medalla Oro; Premio Nacional a la Calidad 2009- Medalla Oro; Premio Nacional a la Calidad 2010 - Medalla Oro; Gran Premio Nacional a la Calidad 2012.

El rector resume que todas estas acciones y prácticas se reflejan en la reputación corporativa, que clasifica como algo intangible para ITLA. «Lo más importante que tiene nuestra empresa se traduce en buen nombre y prestigio. Es el valor que adquiere la marca en interacción a lo largo del tiempo en la materia de educación en el área tecnológica es un proceso que requiere tiempo y trabajo continuo», concluye.



PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

SANTO DOMINGO, REP. DOM. 2021-2024

2021-2024

GM SOLAR PHOTOVOLTAIC

GM Solar Photovoltaic es una empresa en la que la actividad principal es la comercialización, diseño e instalación de energía solar sostenible, que brinda servicios a los más variados tipos de clientes, desde el ama de casa, en su residencia, hasta grandes industrias. A su vez, el pequeño y mediano empresario ha surgido en la demanda efectiva de servicios.

El director Jorge Augusto O. Jesus explica que la actividad en el sector de la energía solar comenzó en 2017, con la instalación de la primera planta de energía solar, aunque la compañía llevaba mucho más tiempo en el sector energético. Señala que los desafíos se han transformado en oportunidades y la búsqueda de la mejora continua. «En realidad, nuestro principal reto

fue encontrar profesionales con la calidad que la empresa estaba buscando. Hoy, capacitamos a todos nuestros colaboradores, brindamos capacitación y cursos para mantener un alto nivel de servicio», señala.

El director hace hincapié en que una de las grandes premisas de la empresa siempre ha sido la Calidad Total. «Tal vez, por esta razón, mantenemos nuestro éxito en el mercado durante tanto tiempo», afirma. La organización cuenta con un programa de calidad, que busca aplicar los estándares técnicos vigentes, mejorando cada vez más estas habilidades.

«En cada planta instalada, tenemos nuevas experiencias y nuevos cambios, buscando siempre resultados





mejores y más favorables para nuestros clientes», subraya. Para ello, la agenda principal es la calidad de las instalaciones y la postventa. «Tenemos un programa de puesta en marcha y monitoreo de todas las plantas instaladas, las cuales son de nuestra responsabilidad. Tratamos las plantas solares como si fueran nuestras», añade.

Jorge Augusto también comenta que la empresa busca llevar la oportunidad y el derecho a todos, para que puedan obtener su sistema de energía solar y generar su propia electricidad, aportando a la mejora del medioambiente. El cuidado del medio ambiente es una de las premisas de la organización, ya que, en la implementación del sistema de energía solar en hogares, comercios e industrias, no solo está dirigido a la satisfacción del cliente en la reducción de sus gastos con electricidad, sino, más bien, a demostrar que se vuelve amigable con el medio ambiente, ya que su planta ya no emitirá dióxido de carbono a la atmósfera o provocará tala de árboles para la generación de energía.

«Cada vez que entregamos los contratos a nuestros clientes, pasamos un informe de cuántos árboles ya no serán talados debido a la instalación de su planta solar», enfatiza.

También señala que GM Solar Photovoltaic apoya a dos programas sociales, uno con la Asociación ACACCI — Asociación de Combate al Cáncer Infantil, con la que tiene una alianza desde 2017, y con la Asociación Ebenezer, siendo responsable del curso de electricidad en la construcción, estandarizada y NR10, el

cual se brinda sin costo para los estudiantes.

Otro punto de mucha relevancia en la compañía es el plan de fidelización, que siempre prioriza la valorización. «Brindamos a nuestros clientes una garantía por encima de lo requerido por las leyes y estándares de nuestros países, ofreciendo un equipo de profesionales extremadamente calificado, con sistemas de monitoreo y puesta en marcha de última generación, en los que los clientes pueden tener tranquilidad respecto a su inversión», explica.

Respecto a los grupos de interés, el director comenta que entre las principales estrategias está la presentación de la calidad de la empresa, así como el equipo extremadamente cualificado, el sector de calidad, que acompaña la instalación de cada planta construida, y el equipo de ingenieros y técnicos diseñadores, con soluciones a cualquier problema que pueda surgir en las instalaciones y en la generación de las plantas de energía solar de los clientes. La cercanía con el público es un punto de destaque para el director. «Dejamos en nuestras redes sociales y en nuestra página web los feedbacks de nuestros clientes, porque cuando hay alguna crítica, para nosotros, es un estímulo para mejorar y corregir. Cuando nos felicitan por nuestro trabajo, entendemos que nuestros esfuerzos del día a día están dando resultados y que necesitamos buscar mejorar y mantener las ideas que satisfacen a nuestros clientes», explica.

El director concluye enfatizando que la buena gestión se aplica escuchando a todos los colaboradores, a todo el equipo, buscando escuchar sugerencias y críticas, siendo un termómetro para el equilibrio de la buena gestión dentro de la empresa.



Bcysa



Great Place To Work.
Certificada
OCT 2019-SEP 2021
MEXICO



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

LÍDERES



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

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

INTERNATIONAL MEDIA GROUP

International Media Group (IMG) es un Grupo Empresarial ubicado en Perú, que inició su rumbo especializándose en el sector de demandas masivas, mejor conocido en el mercado norteamericano como mass tort. Su principal objetivo es confrontar las malas prácticas y negligencias empresariales, apoyando legalmente a aquellas personas cuya salud se ha visto gravemente afectada por exposición a dispositivos médicos defectuosos, medicamentos nocivos o productos altamente tóxicos.

El jefe de Marketing, Alberto Ego Aguirre León, y la coordinadora de Recursos Humanos, Irina Reaño Vera, explican que, en la empresa, se promueve el

constante desarrollo profesional y personal de sus colaboradores, así como el objetivo de buscar un impacto significativo para la consolidación de la Responsabilidad Social en Perú.

Los servicios se brindan a Legal Help Advisor, en el contacto y apoyo para víctimas de negligencia médica o productos defectuosos en el mercado americano. En este caso, las personas son dirigidas a las acciones que les corresponden para obtener una compensación. Imedia Tech, por otro lado, está vinculado a la implementación de equipos, infraestructura, redes, multimedia, licencias y soluciones de seguridad informática. Y Studio está relacionado





con soluciones de Marketing y Publicidad para empresas peruanas.

Alberto Ego e Irina Reaño enfatizan que la calidad y la excelencia son primordiales en todas las fases de la empresa. Para ello, IMG valora la Certificación ISO 9001:2015. «El objetivo es generar vínculos sólidos con las partes interesadas y garantizar la calidad de sus procesos y servicios. Para ello, contamos con el compromiso de todos los colaboradores», señalan.

A esto se suman los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ya que hacer negocios con el enfoque de esta agenda se está convirtiendo definitivamente en uno de los pilares estratégicos de la organizaci-

ón, incluyendo estudios para la implementación de nuevos proyectos enfocados en el medio ambiente.

Aun en este contexto, están las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa. Los ejecutivos señalan que el propósito está vinculado a ayudar a los clientes extranjeros a resolver uno de sus problemas más críticos: la salud física y emocional. Asimismo, cuidan de sus empleados, velando por su salud, bienestar y satisfacción en el trabajo.

«IMG colabora de manera anónima con Instituciones que necesitan de su apoyo económico y social. Se preocupan de no generar residuos que contaminen sus

oficinas y el medio ambiente. Por tal motivo, uno de sus próximos desafíos podría ser, lograr convertirse en una empresa B-Corp», cuentan.

Los ejecutivos consideran también que las iniciativas de responsabilidad social corporativa están en proceso de consolidación en el equipo y, a través de los tres pilares de RSE y en línea a su propósito empresarial se comprometen en ser rentables, ser responsables socialmente y cuidar del medio ambiente.

«Tomando esto en cuenta buscan crear un impacto positivo en la sociedad, especialmente en ámbitos relacionados a la educación, vivienda, salud, desarrollo profesional y personal; y con ello, mejorar las condiciones de vida de las familias», confirman respecto a los proyectos.

Ya en lo que tañe a los clientes, la empresa se relaciona creando vínculos de confianza y respeto sólidos y a largo plazo. Su enfoque es buscar soluciones a los problemas de sus clientes y colaboradores, generando alianzas de desarrollo y crecimiento bidireccionales.

Asimismo, en cuanto a los colaboradores, la organización se preocupa de que su espacio laboral sea seguro, acogedor y cómodo. «Les proporcionan los recursos y herramientas para que puedan cumplir sus objetivos y sientan felicidad al trabajar en IMG. Están manejando los procesos de trabajo en paralelo a los desafíos que les ha traído la pandemia y se preocupan por su salud, bienestar físico y emocional», garantizan.

Para los ejecutivos, la obtención de la certificación ISO 9001:2015 será el primer hito que los llevará posteriormente a implementar el programa de compliance. Por esto, IMG adaptará sus procesos al sistema de gestión de compliance de acuerdo con el ISO 37301, para asegurar sus políticas internas y procesos, los cuales serán el reto más importante para llegar a ser una organización exitosa y sostenible.

«Identificar, evaluar y mitigar los riesgos legales a los que se enfrentan son solo el primer paso de este proceso continuo y requiere un compromiso ético y de buenas prácticas en todos sus niveles. IMG busca llegar más allá y alinear la cultura de la organización de la mano con sus stakeholders para brindar servicios más confiables, eficientes y ser exitosos en todos los negocios que emprendan», enfatizan.

Los ejecutivos concluyen que, en IMG, se actúa con ética en línea a sus valores corporativos. Asimismo, la compañía se preocupa por generar procesos transparentes, sólidos y de calidad, con el objetivo de brindar servicios que satisfagan las necesidades de sus clientes y colaboradores.



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



PLANET SMART CITY

Con la construcción de barrios y ciudades inteligentes e inclusivos, Planet Smart City comenzó sus proyectos después de notar la gran cantidad de viviendas sociales que se construyen: 10 millones cada año, siendo que 300 millones de personas viven en viviendas inadecuadas. Así, en 2014 nació la idea de construir smart cities volcadas a viviendas asequibles (affordable housing).

La CEO Latam, Susanna Marchionni, recuerda que, al inicio de las actividades, el principal desafío estaba relacionado con ganar credibilidad. «Nadie creía que fuera posible entregar infraestructura de alto estándar, conectividad, inclusión social para este tipo de viviendas, debido a que la gente piensa que la vivienda social no es rentable, y el público no entiende», explica. Sin embargo, señala que los primeros en entender fueron los clientes, y el primer impacto fue en las ventas. Posteriormente, la empresa comenzó a llamar la atención

de universidades, eventos y medios de comunicación en general.

Hoy en día, la infraestructura de la corporación se llama clase A. «Pero vendemos a todo tipo de clases, desde el cliente del programa Casa Verde e Amarela hasta el inversionista que compra lotes de clases B y A», afirma.

La CEO afirma que Planet Smart City está convencida de que la calidad solo se logra cuando todos los involucrados en el proceso trabajan juntos. Ella afirma que invertir en calidad es poder ofrecer al público productos y servicios que logren satisfacción, credibilidad y confianza. «Seguimos principios de Gestión de Calidad Total que tienen en cuenta la valorización de todos los involucrados en nuestros proyectos», señala.

En este contexto, la compañía adhiere al Sistema de Evaluación de Cumplimiento de Empresas de Servicios y



Obras de Construcción (SiAC/PBQP-H), así como a la certificación PBQP-H Nivel B. «Eso refuerza nuestro compromiso de construir procesos más rápidos e inteligentes, y adoptar parámetros de calidad más precisos y confiables. Además, la certificación permite una mejor planificación, control, reducción de costos y pérdidas materiales, entre otros beneficios, como la mejora de la comunicación y la satisfacción de nuestros colaboradores», afirma la CEO.

También señala que todas las casas de Planet Smart City pueden ser financiadas por el Programa Casa Verde e Amarilla, solo disponible para empresas certificadas. Además, la corporación realiza otras acciones para mejorar los productos y servicios, como la búsqueda constante para la mejora de la calidad de los materiales utilizados, la capacitación y recalificación continua de toda la mano de obra, el cumplimiento de las normas técnicas, entre otras. «Nuestro objetivo es innovar, aportando soluciones más baratas y de mejor calidad para reducir

el déficit habitacional en los países donde operamos, especialmente en vista de la producción de vivienda de interés social», resume.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también ganan protagonismo, ya que representan grandes desafíos y abordan cuestiones cruciales para la sociedad. Para la organización, el mundo entero debe avanzar hacia la aplicación de este programa. «Conocemos nuestro rol y potencial como transformadores de la sociedad e influenciadores de personas y otras organizaciones. De esta manera, estamos alineando nuestras actividades a la agenda global de sostenibilidad, desarrollando acciones vinculadas a nueve de los 17 ODS de la ONU, contribuyendo a generar impacto positivo y asegurando la sostenibilidad de nuestra operación», afirma.

Para ello, Planet Smart City cuenta con algunos programas que promueven el cuidado del medio ambiente, tanto social como corporativamente. Todos los



proyectos están de acuerdo con las leyes ambientales locales, además del estudio previo —en la fase de planificación urbana— el impacto sobre la fauna y la flora, con el fin de minimizar el impacto de las obras.

Algunas acciones se llevan a cabo en asociación con la Organización Tree Nation, que siembra semillas en áreas de replantación para la recuperación del Bosque Atlántico y otras áreas. Además, la planta de prefabricados se instaló dentro de las ciudades inteligentes, reduciendo así la emisión de CO₂ del transporte de productos de construcción. Respecto a los residentes, el proyecto de un Banco de Mudas ha sido implementado para ofrecer mudas de plantas nativas como un incentivo para que los residentes planten y estrechen la relación con la naturaleza.

«En nuestra planificación urbana, cada sector tiene áreas destinadas solo a la flora y fauna local renovada, integrando la naturaleza a las villas. En la fase de planificación, se estudia y calcula el impacto sobre la naturaleza; en la fase de construcción, se estudia la minimización de este impacto a la naturaleza; y en la fase de implementación, se crean dispositivos como el Banco de Plántulas, que, junto con la Gestión Social, fomenta la aproximación con la naturaleza y la siembra para reducir el impacto local», afirma la CEO.

Susanna Marchionni también destaca que la Responsabilidad Social viene ocupando una agenda cada vez mayor. Para ello, la empresa invierte en acciones que valoran a las personas, ya sean empleados o la comunidad donde se insertan los proyectos. En la dimensión interna, las acciones más importantes

son la elaboración y difusión de códigos de conducta y ética, la contratación responsable, el trato igualitario de las personas, independientemente de su raza, religión, sexo, identidad de género u orientación sexual, y las acciones voluntarias, en las que se alienta a los empleados a compartir sus conocimientos con la comunidad.

En la dimensión externa, estimula las economías de las ciudades donde opera, tanto empoderando a los microempresarios locales como contratando personas y proveedores que viven en ciudades inteligentes y áreas circundantes. Además, constantemente ofrece programas de capacitación y capacitación para las comunidades. Estas iniciativas son perennes en Planet y el principal desafío es causar impactos sociales y ambientales positivos. Como resultado, se promueven espacios saludables para el intercambio de experiencias en medio de los negocios y la creación de actitudes positivas y bienestar para todos los involucrados en esta cadena.

«Nuestro primer valor es el enfoque en las personas. Así que todas nuestras acciones están dirigidas a poner a las personas primero. Elaboramos los Códigos de Conducta y Ética, que nos llevan a un trabajo basado en la transparencia, la honestidad y el respeto. Realizamos acciones en nuestra oficina, como formación, dinámicas, juegos, premios y reconocimientos, que favorecen la creación de vínculos y un ambiente de trabajo saludable y positivo», refuerza.

Susanna Marchionni también comenta que la corporación está invirtiendo en herramientas que intensifican su presencia para todos los miembros de

su cadena. Con esto, da la bienvenida al 100% de los compradores, parte virtual, parte en persona; proporciona contenido educativo e información relevante para todo el público a través de correos electrónicos y textos en el blog; y promueve eventos, cursos y talleres en línea y presenciales que aumentan el compromiso y el fortalecimiento de las relaciones. «Estamos trabajando para entender cada vez más las necesidades de quienes se relacionan con nosotros, promoviendo acciones de incentivo, valorando el diálogo y proponiendo soluciones asertivas que mantengan el foco en lo que realmente importa: las personas», enfatiza.

Respecto al Cumplimiento, el programa es administrado por el Departamento de Riesgos y Control Interno que proporciona experiencia y apoyo para el cumplimiento de las siguientes

pautas: leyes, regulaciones, políticas de ética y comportamiento, seguridad tecnológica y de la información y objetivos de sostenibilidad. Susanna Marchionni refuerza que la gestión operativa de la compañía garantiza el cumplimiento legal, normativo y las expectativas de comportamiento ético.

La CEO concluye mencionando que el nivel de confianza que el público tiene con la empresa es fundamental para el negocio. La buena gestión pone en práctica los valores fundamentales: trabajo ético, responsabilidad social y compromiso con la calidad de todo lo construido y entregado por la organización, y esto se refleja en la visión de las partes interesadas: «El compromiso del equipo es importante para que el impacto en los clientes, proveedores y socios pueda transmitir los valores de Planet», señala.





@dissimaging

DISS



@diss

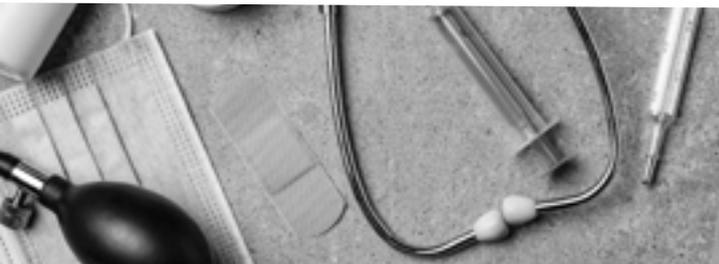
www.diss.com

Approved Partner

SIEMENS
Healthineers



DISS MEDICAL
SOLUTIONS



MAVIG

Digital Solutions

DISS ANALYTICS



KONICA MINOLTA



DATOS



INFORMACIÓN



ANÁLISIS



ACCIÓN

BLUE ZONE REALTY INTERNATIONAL

Blue Zone Realty International es una empresa que tiene como actividad principal la venta de bienes raíces en Costa Rica, principalmente a compradores extranjeros, siendo 70% estadounidenses, 20% canadienses y 10% locales y europeos. También ofrece servicios de listado a propietarios costarricenses. El propietario Timothy Fenton explica que la empresa nació en 2012 con la percepción de la necesidad de una agencia inmobiliaria profesional para atender a compradores extranjeros y vendedores locales. Actualmente, la organización genera 12 empleos directos en el área y soporta hasta 800 indirectos.

Calidad y excelencia guían todas las acciones, servicios y servicios en Blue Zone Realty International. En vista de ello, la empresa implementó un programa de Calidad Total, teniendo como principales directrices la confianza, la transparencia y el profesionalismo. «Esto tiene en cuenta la necesidad de confidencialidad, comunicación abierta y constante, y lealtad», afirma, señalando que, en este contexto, el principal desafío es trabajar con otras empresas e instituciones que aún no han adoptado la misma dedicación a la calidad.

Timothy Fenton también llama la atención sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Señala que, en la cor-





poración, se cree que la pauta es crucial para esta generación y para el futuro. «Nuestro objetivo es dejar a esta comunidad en un mejor estado que cuando comenzamos a operar aquí», menciona. Para ello, la empresa cuenta con un programa medioambiental que apoya el reciclaje. El propietario señala que muchas copias en papel y folletos han sido reemplazadas por productos electrónicos para limitar el uso de productos de papel. Además, la organización adopta cubiertos y utensilios reciclados en todos los eventos oficiales de la comunidad y en los días de visita pública.

Blue Zone Realty International también asume una fuerte postura de responsabilidad social, ya que la oficina apoya a dos equipos locales de fútbol femenino, al grupo local de teatro comunitario, al programa de socorristas, a la nueva escuela infantil Tesli y a la organización de

ayuda a los damnificados de Costa Ballena. «Gracias a ello, muchas personas de la zona reciben ayuda económica, las playas siguen siendo un espacio más seguro, niños que de otro modo no podrían permitírsele juegan al fútbol y el programa de teatro comunitario prospera», garantiza el empresario.

Timothy Fenton señala que todos los proyectos de Responsabilidad Social Corporativa implementados son igualmente importantes, sin embargo, menciona que el apoyo financiero a la Asociación Costa Ballena Disaster Relief literalmente salva vidas al proporcionar alimentos, medicinas, capacitación y un espacio seguro para las personas que lo necesitan desesperadamente.

Al comentar sobre las partes interesadas, el propietario señala que la compañía ha puesto en marcha estrategias que in-



cluyen resúmenes ejecutivos semanales, resúmenes de ventas mensuales, previsiones de ventas mensuales, testimonios de clientes y actualizaciones semanales del presidente al equipo de ventas, reuniones ejecutivas mensuales. «El mayor reto es reunir a todos en persona para las reuniones ejecutivas mensuales. Hemos permitido que la gente se conecte a través del Zoom, ocasionalmente», relata.

Como exdirector de cumplimiento de un banco y una empresa de bienes raíces, Tim Fenton es un aficionado del Compliance. Los acuerdos de agente, listado y ventas incluyen todos los elementos de cumplimiento vinculados a su programa de compliance.

«Las principales directrices de nuestros programas de cumplimiento aseguran

que estamos operando dentro de las directrices legales de Costa Rica, dentro de las directrices éticas de un agente inmobiliario, y superando las expectativas de nuestros clientes. Cada uno de nuestros requisitos de informes internos y externos se centran en nuestros programas de cumplimiento. Actualmente, no experimentamos desafíos en esa área», asegura.

El propietario concluye que la reputación de la buena gestión es fundamental para la corporación: «Somos la empresa de bienes raíces más exitosa de la zona, y nos esforzamos por promover y destacar la reputación de buena gestión de nuestra empresa en cada oportunidad que se nos presenta. Queremos ser un ejemplo para el sector y para la comunidad».



LLAMADO ADMISIONES

CARRERAS TECNOLÓGICAS DE DOS AÑOS:

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

FINANCIAMIENTO DISPONIBLE

WWW.ITLA.EDU.DO

 @ITLARD

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

SINDICATO DOS METALÚRGICOS DE ALUMÍNIO E MAIRINQUE

Entidad representativa de la clase metalúrgica, el Sindicato de Metalúrgicos de las ciudades de Aluminio y Mairinque —SINDICATO DOS METALÚRGICOS DE ALUMÍNIO E MAIRINQUE—, en el estado de São Paulo, actúa a favor de los derechos laborales, renovaciones de convenios y Convenio Colectivo de Trabajo. Con esto, no apunta a la ganancia, sino que vuelve al desempeño en los derechos de los trabajadores.

Según el presidente de la institución, Arnaldo de Jesús Oliveira, el sindicato surgió para combatir la explotación de las empresas y las injusticias de las que fueron objeto los trabajadores. «Años de lucha han asegurado un poco de dignidad y reconocimiento de la clase obrera. La representación sindical siempre fuerte y activa fue responsable de los logros de numerosos beneficios y grandes victorias», cuenta.

La entidad tiene actividad diaria en las empresas con el fin de ofrecer bienestar a los trabajadores metalúrgicos y sus familias, ya sea a través de asambleas, demandas y representación sindical.

El presidente señala que la principal bandera del Sindicato de Metalúrgicos de Aluminio y Mairinque es desarrollar un amplio ambiente de acuerdos en las negociaciones colectivas para garantizar mejores contratos para los traba-

jadores, así como defender y ampliar los intereses y derechos de la categoría representada por él. «Sueldos más justos, beneficios garantizados, garantía de convenio colectivo de trabajo, mejor calidad de vida y muchas opciones de ocio para los trabajadores y sus familias son algunos de los logros de la entidad sindical», señala.





Arnaldo de Jesus resalta que la producción sostenible es un punto que defiende el sindicato, ya que, a largo plazo, prevé una gran reducción de los impactos ambientales de grandes proporciones de empresas causantes de contaminación global.

En vista de ello, la entidad participa activamente en las reuniones climáticas COP, celebradas en todo el mundo, como Dinamarca, México, Polonia, Alemania, entre muchos otros países, buscando soluciones ambientales para su implementación en las corporaciones de la base. Además, es un intermediario en los asuntos que involucran el sindicato y el gobierno brasileño.

«Actuamos en la representación de los ideales de la clase metalúrgica. Defendemos, como sindicato, las temáticas

sociales y ambientales, participando activamente en reuniones relacionadas a la COP, foros sociales globales orientados al fortalecimiento de entidades representativas en el mundo, aplicación en el desarrollo y cualificación profesional de los trabajadores, entre otros», comenta Arnaldo.

Con este fin, en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, la entidad creó el Centro de Estudios Profesionales y Académicos de los Trabajadores Metalúrgicos (Cepam), con el objetivo de facilitar la calificación profesional y crear oportunidades de crecimiento profesional para las personas que ya están trabajando en el sector metalúrgico, así como crear nuevas posibilidades para aquellos que buscan la reubicación en el mercado laboral.

«Perfeccionamiento, técnicos, pregrado y posgrado son algunos de los cursos que se ofrecen en el Centro de Estudios que funciona en la ciudad de Aluminio y pertenece al Sindicato de Metalúrgicos», enumera el presidente.

Además, el representante enfatiza que la entidad siempre busca escuchar al trabajador y lucha por ofrecer más y mejores beneficios. Para ello, se reúne con los metalúrgicos, a través de reuniones, montajes y contactos en línea para que, juntos, puedan fortalecer la clase metalúrgica, ofreciendo lo mejor para el trabajador.

«A menudo, junto a un grupo seleccionado por los propios trabajadores metalúrgicos, nos reunimos y definimos nuevos puntos a ser discutidos e implementados en la renovación de dere-

chos y el fortalecimiento del Convenio Colectivo del Trabajo», comenta.

Arnaldo de Jesus también resalta que el sindicato sigue la Convención Colectiva de Trabajo, la aplicabilidad de los derechos y se mantiene muy transparente con los trabajadores. «Luchamos por la renovación de todas las cláusulas, asegurando el bienestar del trabajador», garantiza.

Al reforzar este conjunto de acciones, el presidente concluye enfatizando que la sinceridad, la transparencia, la unidad y el fortalecimiento de la clase son puntos fundamentales para el éxito de la entidad sindical.



Sindicato dos Metalúrgicos de Aluminio e Mairinque

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



Renaissance
CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS



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



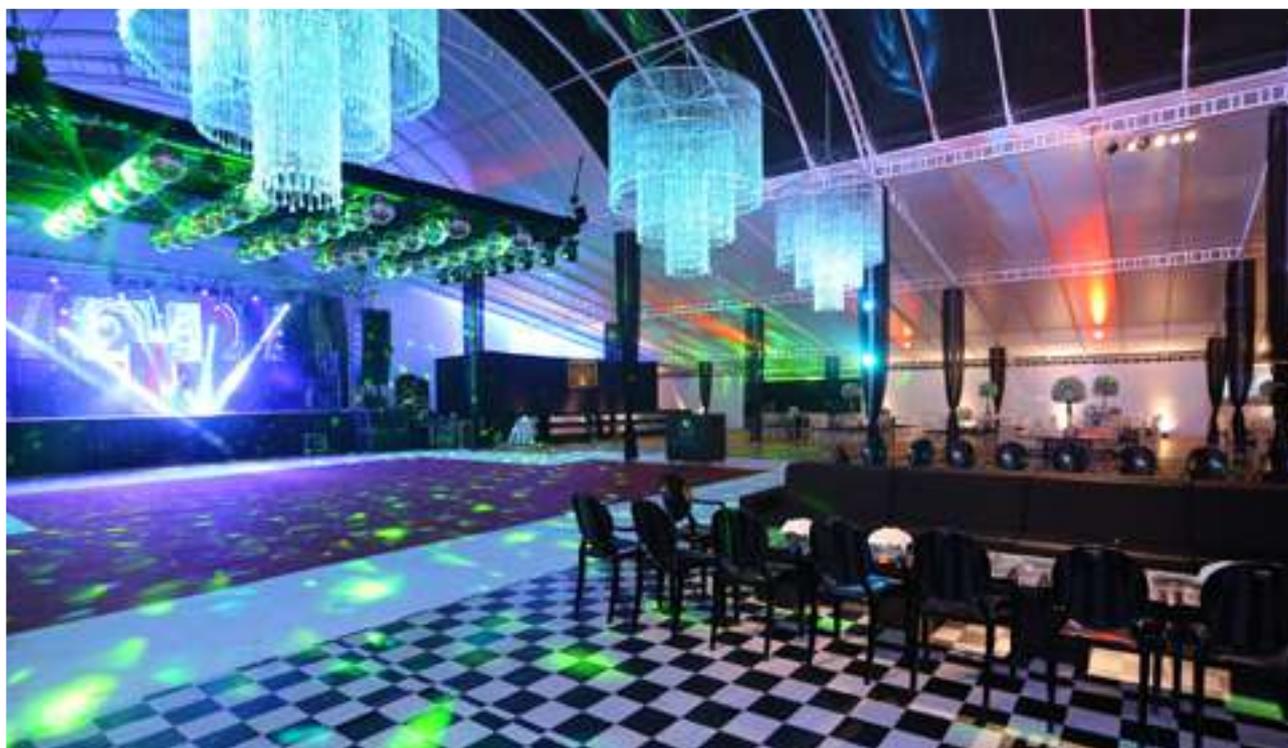
AVOICE FORMATURAS

Avoice Formaturas es una empresa especializada en promover fiestas de graduación para diferentes gustos y necesidades. Con sede en la ciudad de Divinópolis, en el estado de Minas Gerais, y otras dos oficinas distribuidas en todo el estado, la organización sirve a toda la región y parte del estado de Bahía. Además, cuenta con un equipo en constante desarrollo, capaz de ofrecer soluciones inteligentes en planificación y resultados reales para la ejecución de ese tipo de eventos.

La empresa fue fundada en 2005 por el empresario Emerson Paulinelli, quien cuenta con más de 25 años de experiencia en emprendimiento. El empresario hizo que Avoice se convirtiera en una

referencia en el mercado, alcanzando reconocimientos y premios en nivel nacional e internacional. Actualmente, el CEO reside en los Estados Unidos con su familia y, a distancia, administra la organización con extrema calidad.

Con 17 años de mercado, la empresa es la primera en el segmento con Certificación de Calidad ISO 9001 y recientemente fue aprobada por la ABF para ingresar al universo de franquicias. Además, el proyecto de franquicia de Emerson Paulinelli expandirá Avoice Formaturas a otras regiones del país, permitiendo que muchas más personas tengan la fiesta de graduación de sus sueños.





«Cuando se trata de graduaciones, inmediatamente pensamos en la celebración, y eso es algo que entendemos bien en Avoice. Una empresa sólida, llena de certificaciones y premios, reconocida dentro y fuera de Brasil, consolida toda su historia y habilidad. No basta con ser un referente en el mercado de Minas Gerais: Avoice conoce su potencial y, a través del proyecto de franquicia, busca expandir su marca, cultura y gestión más allá de las fronteras. No por nada, la frase más comentada en los bastidores de las oficinas es: «de Minas para el mundo». Y para que esto suceda, el equipo está 100% comprometido con el propósito de la empresa», enfatiza el CEO.

Aún en este contexto, la compañía resalta que su objetivo es ofrecer experiencias inolvidables a todos los clientes. «El ejercicio de nuestra misión es claro cuando aportamos soluciones diferenciadas y personalizadas para cada evento. Con seriedad y transparencia, hacemos realidad los sueños», afirma.

El nombre Avoice está totalmente vinculado a los valores de la empresa, ya que valora la responsabilidad propia y la actitud positiva, el aprecio del cliente, la organización, la iniciativa, la cooperación y la ética. Esta relación de principios es lo que define la esencia de la corporación. «Esto es lo que buscamos al contratar a nuestros colaboradores, en la



ejecución de nuestros eventos, hasta la finalización de nuestros proyectos. Creamos un ambiente armonioso donde la magia puede suceder», garantiza el empresario.

Entre los servicios se encuentra la escenografía y decoración, mediante la cual el equipo de arquitectos capta toda la información para la elaboración de un proyecto 3D, creando escenarios innovadores y personalizados para optimizar la experiencia del cliente.

Los cócteles y las cenas son los eventos que preceden a la gala y suelen ser más íntimos. Las ceremonias religiosas también están relacionadas, ya que

son momentos especiales y de agradecimiento por el logro. Los profesionales están siempre listos para la ocasión, ya sea la organización de una misa o un servicio ecuménico.

En los eventos previos, Avoice se encarga de los detalles, especialmente respecto a la temática. La lista de servicios también incluye graduación formal, fiesta y cobertura fotográfica que incluye un álbum con todos los registros, todo realizado por un equipo de profesionales de la fotografía, para que todos los momentos se conviertan en inolvidables.

COMPARTIMOS TUS SUEÑOS

Préstamo

Para **Vivienda**

Remodela y amuebla tu casa

#CrecesTuCrecemosTodos

 **COPEDEL** S.R.L.

Somos más que una cooperativa, creces tú, crecemos todos

AHORROS - CRÉDITOS - REMESAS - SERVICIOS VARIOS



#SomosMásQueUnaCooperativa

DUARTE & DUARTE METALÚRGICA LTDA

Grupo Duarte & Duarte Metalúrgica LTDA. es una compañía que actualmente se dedica a la fabricación e instalación de productos antivandálicos de alta seguridad. Con el inicio de operaciones en febrero de 2002, Multimetal comenzó como cerrajería, fabricación de portones, barandillas y automatización en portones residenciales. Hoy en día, sirve a compañías de energía, operadores telefónicos, redes bancarias, canales de televisión y líneas minoristas.

El director general, Gesiel Aguiar Duarte, cuenta que, en un principio, él era responsable del área administrativa y de marketing, mientras su socio Uziel se encargaba de la fabricación e instalaciones con la ayuda de un colaborador.

En ese momento, la divulgación se hacía mediante panfletos, y se entregaba de casa en casa y en los semáforos, hacía divulgación con pancartas y fijaba en postes y árboles por todo el barrio.

«Como no podíamos permitirnos una secretaria que pudiera atender las llamadas de los clientes, pusimos en nuestra línea telefónica un marcador electrónico, que, cuando el cliente llamaba, se desviaba la llamada automáticamente al nuestro celular», recuerda, señalando que respondía a la llamada y, a menudo, si estaba cerca de la casa del cliente, ya le hacía el presupuesto, siendo este un diferencial en el servicio de la empresa.





En 2010, el Sr. Uziel desarrolló un prototipo para proteger las baterías de los operadores móviles. «Antes de ofrecerlo a los clientes, patentamos la idea, luego la aprobamos el área de seguridad de los operadores y luego recibimos la aprobación. Hoy, Multimetal se especializa en protección antivandálica y tiene presencia en todo el país», señala.

En 2021, la empresa fue certificada por ISO 9001 y, según una reciente auditoría de mantenimiento, se evidenció la evolución y mejora continua. El director administrativo comenta que la corporación ya venía de una política interna, con el objetivo de mejorar y entregar productos y servicios con más calidad. Sin embargo, durante la implementación de ISO 9001, el equipo se enfrentó a la necesidad de crear y mantener documentos diariamente, así como todo el proceso puede ser monitoreado de principio a fin.

«Para que todo esto se llevara a cabo con excelencia y se siguiera trabajando,

se necesitó capacitar a los colaboradores y, principalmente, fortalecer la importancia de la ISO 9001 respecto a la empresa y los clientes», señala.

Multimetal también hace un uso inteligente de la materia prima, teniendo como prioridad el manejo de las sobras, asegurando que este material no se acumule en el almacén. Para ello, todas las sobras se reutilizan para la fabricación de componentes e insumos.

Además de tener la Política de Salud, Seguridad y Medio Ambiente, la empresa también adoptó el sistema de evaluación 5S (sentido de clasificación, sentido de organización, sentido de limpieza, sentido de estandarización y sentido de disciplina) para el control. «Lo poco que contaminamos, direccionamos correctamente a través de empresas especializadas que nos certifican con un informe de destino final. Aparte de eso, utilizamos gran parte de los residuos para producir componentes para los productos», garantiza.



Gesiel Aguiar dice que, siempre que es posible, Multimetal se involucra en proyectos sociales para ayudar a las instituciones a continuar con los servicios a la comunidad y también alienta a los empleados a participar en acciones voluntarias, haciendo donaciones a través de la recolección de alimentos y ropa y visitas a hogares de cuidado infantil para niños y ancianos.

«Apoyamos a Pequeno Príncipe, el hospital pediátrico más grande de Brasil, para transformar las vidas de miles de niños y adolescentes de todo el país a través del Proyecto Gols pela Vida, que revierte todas las donaciones para el cuidado de la salud y la investigación, con el objetivo de aumentar la tasa de curación de enfermedades complejas de la infancia y la adolescencia», afirma.

Para contribuir a la satisfacción de clientes y proveedores, la empresa opera a través de la producción de pro-

totipos y muestras, obedeciendo siempre al diseño del cliente y mostrando las mejoras que se pueden hacer para personalizar el producto y hacerlo más efectivo. La compañía establece una sana cercanía con los clientes, abriendo las puertas a las visitas, garantizando la transparencia y que todo vaya bien a lo largo de su ciclo en la empresa.

El director también resalta que el equipo tiene como principio el cultivo de una buena relación con clientes, proveedores y colaboradores, siempre escuchando a las partes y tomando las acciones necesarias de acuerdo con cada situación.

«A pesar de la buena relación, hemos creado, por ejemplo, otro tipo de canal de comunicación con los colaboradores, dentro del que no necesitan identificarse para expresar sus felicitaciones, quejas o sugerencias. La iniciativa consiste en que distribuimos urnas esparcidas por toda la empresa, en las que

el colaborador deposita por escrito su sugerencia, queja, felicitaciones. Luego, el equipo de RR.HH. pasa la información a los socios para que puedan evaluar y tomar las medidas adecuadas», relata.

Multimetal trabaja con un sistema ERP integrado para todos los sectores de la organización, con el objetivo de cumplir con los ámbitos laboral, fiscal, contable, financiero, ambiental, legal, de seguridad social y ético. Las pautas son el cumplimiento de la ley regulatoria junto con la cultura organizacional y las políticas internas.

El director general señala que la calidad para los clientes siempre ha sido el objetivo de la corporación, y esto no solo está relacionado con la materia prima, sino con todo lo que involucra todo, desde la negociación hasta la entrega del producto.

«Uno de varios puntos importantes es el cumplimiento de los plazos de entrega para que el cliente final nunca se vea afectado por los retrasos. Siempre trabajamos hacia el futuro y tenemos una excelente gestión de la planificación y control de la producción, lo que hace que Multimetal siempre vaya un paso adelante de su meta», concluye.





Anáhuac
México

LA FACULTAD DE

RESPONSABILIDAD SOCIAL

de la Universidad Anáhuac México

Te ofrece:

PROGRAMAS ACADÉMICOS

Licenciatura
en Responsabilidad Social
y Sustentabilidad

Maestría
en Responsabilidad Social

Doctorado
en Innovación en Responsabilidad Social
y Sostenibilidad



CENTROS DE INVESTIGACIÓN, CONSULTORÍA Y EDUCACIÓN CONTINUA:

Centro Anáhuac de Pensamiento Social Cristiano (CAPESC)

Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social (CLARES)

Centro para la Responsabilidad Social y Sustentabilidad de la Empresa (IDEARSE)

Informes:

Atención Preuniversitaria
Klaudia Sánchez Espíndola
klaudia.sanchez@anahuac.mx

Informes:

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua
☎ 55 40 10 70 60 y 55 79 18 21 59
posgrado@anahuac.mx

Facultad de
Responsabilidad Social

10 AÑOS

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

CLARES

CENTRO LATINOAMERICANO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL

IDEA RSE

CENTRO PARA LA RESPONSABILIDAD
Y SUSTENTABILIDAD DE LA EMPRESA

CAPESC

CENTRO ANÁHUAC DE PENSAMIENTO
SOCIAL CRISTIANO

Atención
Preuniversitaria

anahuac.mx/mexico

Posgrados
Anáhuac

anahuac.mx/mexico/posgrados

UINDI STORE

Uindi Store, empresa que se centra en el comercio de accesorios personalizados, inició sus actividades en 2014 a través de la tendencia del sombrero bordado y, hoy en día, cuenta con más de 10 líneas, desarrollo y fabricación propia. Ubicada en el estado de São Paulo, la empresa innova en las áreas de practicidad y estilo. La mayoría de las piezas que componen su portafolio han sido diseñadas y desarrolladas en base a las necesidades y deseos específicos de los clientes.

La empresa actúa de manera personalizada, es decir, no solo se nota en las iniciales colocadas en los artículos, sino que la personalización se puede ver en

la atención, en el desarrollo y en la producción diarios. Según la empresa, todo se hace con mucho cariño y especial atención a las peculiaridades de cada cliente. Con este fin, el proceso de fabricación artesanal hace que todos los pasos para la producción del pedido se realicen con gran atención y cuidado.

La fundadora, Tatiana Zugman, explica que, como cualquier empresa en sus inicios, escalar la producción para crecer y aprender a delegar funciones para un mejor funcionamiento fueron los principales retos por lo que se enfrentaron. Hoy en día, la actuación se desarrolla en dos frentes diferentes: mercado minorista, a través de la página web; y





mayorista, centrado en pedidos superiores a 10 unidades por producto, con enfoque principalmente en bodas y mercado corporativo.

«Entendemos que el servicio al cliente y la apreciación son pilares extremadamente importantes en el campo del emprendimiento, siempre priorizando la lealtad, no solo la búsqueda de nuevos clientes. Creemos en la humanización y personalización del área, y esta es la perspectiva de comprar en Uindi: un servicio solo tuyo, único», comenta, señalando que, en el día a día de la empresa, la capacitación, la gestión de resultados y el análisis son constantes, así como la búsqueda por feedbacks y críticas constructivas para una mejora continua.

Tatiana Zugman destaca que la relación directa con el cliente, tanto minoris-

ta como mayorista, siempre ha sido muy valorada. Para ello, buscando fidelizar y entregar un producto de buena calidad, la atención y la posventa siempre han sido primordiales. Como herramientas, la empresa utiliza la base de datos de teléfono, correo electrónico y dirección para acercarse al cliente final siempre que sea posible y recordarlo.

Aún respecto a los clientes, como todo el desarrollo y la creación de productos son internos, se consideran las demandas y necesidades de los clientes. Una curiosidad es que los productos llevan nombres de personas, ya que son las inspiradoras o indicadoras para dicho desarrollo y quienes la empresa desea honrar de una manera personal y única.

Especialmente por trabajar en un negocio de artesanía, Uindi Store valora mucho



a su equipo, tanto el de oficina como el de fábrica. «Creemos que el cuidado y el cariño del equipo marca la diferencia en todas las áreas: servicio, ropa, entrega y lealtad. Por lo tanto, Uindi tiene un equipo unido, invierte en materiales de aprendizaje para empoderar a cada miembro, cada vez más», comenta la fundadora.

Además, nos cuenta que, debido a que la empresa está directamente relacionada con el tema del emprendimiento femenino en Brasil —una agenda muy importante debido a la falta de mujeres en posiciones de liderazgo— el equipo de colaboradoras es 100% femenino. «A través de la capacitación, con cursos y materiales de estudio, buscamos proporcionar a las colaboradoras un mayor acceso a la información y el crecimiento profesional», dice.

La preocupación por la elección de los materiales siempre ha formado parte

del día a día de la empresa. Por lo tanto, no se utilizan materiales animales y todas las piezas se cortan manualmente para reducir los residuos.

Con ocho años de marca, Uindi se ha convertido en un referente en el mercado personalizado, buscando siempre atender, cada vez más, a los clientes, que son el pilar principal dentro de la empresa. Valorando la mano de obra artesanal, propuso innovar en el mercado de la moda asociando usabilidad y tendencias con el creciente interés por servicios cada vez más personalizados y únicos. «Algo que es para ti», comentó. «Aunque somos una empresa nativa digital con una fuerte creencia en la tendencia del comercio electrónico, queremos crecer hacia una estrategia omnichannel que asocie un punto físico y un contacto directo con nuestros clientes y fanáticos de la marca», concluye.



LLAMADO ADMISIONES

CARRERAS TECNOLÓGICAS DE DOS AÑOS:

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

FINANCIAMIENTO DISPONIBLE

WWW.ITLA.EDU.DO

 @ITLARD

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

LEROY ASOCIADO E CONSULTORIA EMPRESARIAL LTDA

Leroy Asociados es un centro de negocios de referencia en el mercado de consultoría de negocios y soluciones corporativas, con experiencia en los campos contable, económico, financiero y fiscal. Este modelo innovador permite la prestación de diferentes servicios a millones de consumidores a través de diversas empresas, con un alto nivel de calidad, seguridad, rendimiento y disponibilidad.

La CEO Laryssa Leroy explica que, en la corporación, ubicada en el estado de Minas Gerais, trabajamos con el concepto de One-Stop Shop, una estructura organizativa en la que los clientes tienen a su disposición un conjunto de

servicios para satisfacer las demandas y necesidades. La empresa también cuenta con una amplia red de asociados con conocimiento y experiencia en las áreas contable, financiera y legal, que trabaja de manera integrada, con el compromiso de entregar, con absoluta excelencia, soluciones personalizadas y adecuadas a cada uno de los clientes.

«Nuestros activos más valiosos son nuestra reputación e integridad. Por ello, nos complace y enorgullece decir que, para nosotros, nuestros clientes son más que eso, son nuestros socios», afirma.



La CEO señala también que la compañía apuesta por la tecnología cuando se trata de contabilidad e invierte en construir un sistema utilizable en la web, al que los clientes tengan acceso, manteniendo la comunicación en tiempo real. Se trabaja con el concepto de Business Process Outsourcing (BPO), un proceso en el que una organización confía ciertas actividades de gestión en manos de especialistas en estas áreas, lo que permite a la Compañía descentralizar su energía a las actividades principales de su negocio, además de reducir costos y riesgos.

«A través de este procedimiento, llevamos a cabo toda la parte de contabilidad, cálculo y teneduría de libros, ase-



soramiento laboral y departamento personal, además de la entrega de todas las obligaciones accesorias. Operamos con eficiencia y experiencia en instalaciones de procesos contables internos y externos, producción de diagnósticos personalizados y planes de acción dinámicos para que nuestros clientes obtengan los mejores resultados con los plazos más bajos posibles», explica.

Leroy Asociados también cuenta, en su composición, con un equipo de asesores legales y financieros con experiencia en las áreas judicial y administrativa, tanto en el sector del Derecho Tributario como del Derecho Civil y Empresarial. En el sector tributario, enfatizamos la especialidad de prestación de servicios de evaluación de riesgos y asistencia en la toma de decisiones.

«Siempre guiamos a nuestros clientes en la siguiente dirección: “¿Alguna vez te has preguntado si el régimen fiscal actual de tu empresa se adapta mejor a tu realidad? ¿Y has estado en duda sobre estar o no pagando más impuestos al final del día de lo que deberías?” La correcta planificación fiscal de una empresa es vital para su supervivencia y prosperidad, lo que puede resultar en un alivio en su flujo de caja o ponerla en grandes dificultades financieras», señala.

En el departamento Civil y Empresarial, el desempeño con excelencia se da en los sectores de Derecho Obligacional; Responsabilidad; redacción y análisis de contratos; estructuración



legal de negocios inmobiliarios; Derecho del Consumidor; Derecho de Seguros; y Derecho de Sucesiones (apertura de inventario y testamentos). «También hacemos hincapié en que siempre trabajamos perfectamente alineados a las necesidades de nuestros clientes y a lo que hay de más actual en el ordenamiento jurídico vigente, valorando la calidad asistencial y la absoluta confidencialidad de cualquier tema tratado», subraya.

En Leroy Asociados, la experiencia del equipo habla más fuerte. Con este fin, la empresa contrata solo profesionales con años de desempeño específico en sus campos. Además, cuenta con un riguroso sistema de revisión y control de calidad independiente de cada informe producido. «Somos un referente en el mercado de consultoría para empresas

y particulares. Ponemos a disposición de nuestros clientes una amplia gama de soluciones únicas y adaptadas a la realidad de cada uno», explica, destacando que la corporación ha obtenido reconocimiento gracias a la competencia de sus equipos técnicos y la alta tasa de éxito de los proyectos implementados por sus expertos. «Además, todo el trabajo desarrollado en Leroy Asociados cuenta con seguros de cobertura exclusiva de Seguro de Responsabilidad Civil, una medida tomada pensando en la tranquilidad y comodidad de los clientes», añade.

La agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible gana protagonismo, ya que la compañía considera que dicha agenda es esencial para satisfacer las demandas actuales, buscando no comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras para mantener la vida en el planeta sostenible a largo plazo.

La Responsabilidad Social Corporativa, por otro lado, está en agregar valor a los proyectos de formación personal y organizacional. Laryssa Leroy señala que el socio fundador, Felipe Leroy, quien también se ha desempeñado como profesor universitario durante más de 15 años, ha implementado cursos cortos y gratuitos para el crecimiento de todo el equipo, incluidos los clientes de Leroy y sus colaboradores.

Según el CEO, en Leroy Asociados, el compromiso con los clientes va más allá de la frialdad de las relaciones entre personas jurídicas, dado que el equipo se preocupa por mantener la integridad

de los activos de las personas detrás de las empresas.

«Pensando en ello, asesoramos a las organizaciones en el desarrollo de planes y estrategias que promuevan la gestión del patrimonio de los accionistas, incluyendo considerar la posibilidad de incorporación de nuevas sociedades conocidas como holdings, que tienen como principal objetivo albergar y proteger este activo. Esa forma de organización patrimonial evita complicaciones futuras y trae numerosos beneficios, como el ahorro con gastos fiscales y la dispensación de inventario en caso de fallecimiento, evitando así un mayor desgaste del cliente», explica.

Además, se invierte en la construcción de un sistema utilizable en la web, al que los clientes tengan acceso, manteniendo una comunicación en tiempo

real con la empresa. A través de este sistema, pueden evaluar a cada profesional de Leroy, asignando notas o tejiendo revisiones.

El programa de Cumplimiento de Leroy tiene como principales directrices: conocimiento sobre la organización; compromiso de la alta dirección; autonomía de la instancia responsable; análisis de perfil y riesgo; estructuración de normas e instrumentos; comunicación interna y externa; y monitoreo continuo.

Laryssa Leroy explica que los activos más valiosos para la empresa son la reputación y la integridad. «Por eso, nos enorgullece y complace decir que, para nosotros, nuestros clientes son más que eso, son nuestros socios. Por ello, aplicamos una gestión que permite una mayor cercanía a ellos», concluye.



LEROY ASSOCIADOS
SOLUÇÕES EMPRESARIAIS



TODO LO QUE MERECE EN PUNTA CANA

Lopesan Costa Bávaro Resort, Spa & Casino



lopesancostabavaro.com



PATRICIA PARISE SOCIEDADE INDIVIDUAL DE ADVOCACIA

El despacho Patricia Parise Sociedade Individual de Advocacia, ubicado en el estado de São Paulo, está a cargo de la Dra. Patricia Parise de Araujo, abogada graduada desde enero de 2003, especialista y activa en el área de Derecho de la Seguridad Social desde abril de 2006. También ha servido en más de 2000 demandas en sus casi 20 años de carrera.

La abogada cuenta que, hasta 2019, trabajaba en asociación con un despacho ubicado en la Región Metropolitana de São Paulo, enfocado en atender demandas de seguridad social, civiles, administrativas y de asesoría.



La consolidación de su experiencia en el área legal, combinada con su creciente interés en una expansión de su negocio y áreas de conocimiento, la llevó, sin embargo, a dedicarse de manera independiente a su carrera.

Así, en septiembre del mismo año, fundó Engealli Construtora, empresa cuyo objetivo principal es la prestación de servicios relacionados con la construcción civil, consultoría, asesoría y reformas en los sectores público y privado, así como servicios de administración y conservación de carreteras.

Su experiencia en análisis de contratos e interpretación de normas permite una gestión legal y socialmente adecuada – compliant. Actualmente, está a la cabeza de la dirección de la empresa constructora mientras ejerce el derecho como su verdadera base.

Satisfecha con los logros de la compañía hasta el momento, ha concluido proyectos en varias entidades de renombre, públicas y privadas, incluyendo servicios de gestión, administración e implementación de reformas y mejoras estructurales en Unidades Básicas de Salud, fundaciones gubernamentales y universidades, para lo cual recibió cartas de recomendación.

Al analizar su trayectoria profesional, señala como principal reto —el cual está efectivamente superado— la flexibilidad y el ingenio para expandir su red social, esencial para el éxito del emprendimiento. Al abrir su propio nego-

cio, pudo combinar la técnica del derecho con las habilidades de gestión y las habilidades de realizadora y emprendedora.

Aunque la mayoría de los cursos de derecho no incluyen temas relacionados con la gestión —lo que la abogada considera una falla, ya que no aborda los desafíos que los profesionales emprendedores enfrentarán a lo largo de su carrera—, la Dra. Patricia desarrolló las habilidades necesarias para establecerse en el mercado legal y ampliar sus horizontes como empresaria a través de estudios autónomos y experiencia práctica.

Ya sea en Derecho de la Seguridad Social, un área que tiene como público objetivo a personas aseguradas por el Instituto Nacional de Seguridad Social que buscan una planificación de seguridad social o reciben prestaciones, o en el área de Construcción Civil, en la que sus clientes, empresas o personas naturales, buscan la construcción o reforma de algún bien, la Dra. Patricia cree que la satisfacción de todos se logra con un buen servicio.

«Realizar un servicio, escuchar y comprender efectivamente la necesidad real del cliente, demostrar conocimientos técnicos, transparencia sobre los desafíos de cada proyecto y comunicar con claridad asegura la construcción de la credibilidad del profesional», señala. También considera la valorización del tiempo y la atención que se brinda en cada demanda con la intención de presentar la mejor solución posible para los proyectos como los pilares para un trabajo de calidad.

La abogada también argumenta que el éxito de las empresas está directamente relacionado con la forma en que se dirigen y estructuran, en la ciencia sobre sus necesidades y demandas, y en la capaci-

dad del gerente para liderar y mantener a su equipo motivado y dispuesto a brindar el mejor servicio, siempre atento a los cambios sociales y legales.

Uno de los ejemplos de cambio legal que tiene un mayor impacto en las empresas hoy en día es la regulación de la Ley General de Protección de Datos. La Dra. Patrícia aclara que su empresa tiene un programa de Compliance alineado con las directrices de la legislación brasileña y considera que las buenas prácticas comerciales aseguran la confianza de sus clientes y nuevas solicitudes de servicio.

En el contexto ambiental, la abogada trabaja bajo la guía de profesionales especializados en observar los estándares vigentes para completar sus proyectos diligentemente.

Frente a los desafíos en la solución de demandas o implementación de proyectos, la Dra. Patricia Parise está segura en las asociaciones que ha establecido, porque reconoce que, en situaciones donde hay alguna duda sobre el mejor camino, surge la oportunidad de nuevos descubrimientos, y el éxito logrado junto con los socios puede ser aún más gratificante, preludio de nuevos negocios.





LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 257

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG