



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ATENTAS A
LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES

EL TAMAÑO TAMBIÉN IMPORTA EN LA LUCHA CONTRA EL
CAMBIO CLIMÁTICO Y LA DESTRUCCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE
Lic. Reinaldo Canto

DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL A LA
RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA EMPRESARIAL
Eng. Wania Espinoza, M.Sc.

ESG: OPORTUNIDADES PARA TODOS
Lic. Juliana Nascimento

LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES EN EL
ECUADOR ESTÁN INICIANDO, HAY UN LARGO
TRAMO POR RECORRER
Lic. Juan Carlos Aguirre

REPORTAJE ESPECIAL:
BRASILEIROS EM USHUAIA
LIC. MÁRIO BARROS



+16
PERFILES
EMPRESARIALES

ENTREVISTA ESPECIAL

DR. ANDRÉ EVARISTO MARCONDES CESAR
CEO e Sócio Fundador

LA RED DE MAYOR CRECIMIENTO MUNDIAL



MENTORES GLOBALES RGM

AQUÍ COMIENZA
TU CAMINO A LA
JERARQUIZACIÓN
PROFESIONAL

BMP

Basic
Mentoring
Practitioner



01



FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

ACADEMIA VIRTUAL + CENTROS OFICIALES

3 NIVELES DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

CXPM

Certified Expert
Professional
Mentor

03

CPM

Certified
Professional
Mentor

02

COMUNIDAD GLOBAL DE MENTORES CERTIFICADOS

- PRESTIGIO
- OPORTUNIDADES
- BENEFICIOS

Encuentra la información completa en
www.rgmentores.org/certificaciones



ÍNDICE

- 06** | **PALABRAS DEL PRESIDENTE**
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA
- 08** | **PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ATENTAS A LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES**
- 09** | **EL TAMAÑO TAMBIÉN IMPORTA EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA DESTRUCCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE**
Lic. Reinaldo Canto
- 12** | **DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL A LA RESPONSABILIDAD CLIMATICA EMPRESARIAL**
Eng. Wania Espinoza, M.Sc.
- 19** | **ESG: OPORTUNIDADES PARA TODOS**
Lic. Juliana Nascimento
- 23** | **LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES EN EL ECUADOR ESTÁN INICIANDO, HAY UN LARGO TRAMO POR RECORRER**
Lic. Juan Carlos Aguirre
- 27** | **ENTREVISTA ESPECIAL:**
DR. COLUNA
Dr. André Evaristo Marcondes Cesar
- 34** | **NOTA CENTRAL**
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ATENTAS A LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES
- 40** | **REPORTAJE ESPECIAL:**
BRASILEIROS EM USHUAIA
- 46** | **REPORTAJES:**

47	BIOMA AMBIENTAL
50	CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DNA LTDA - ME
54	ALIANÇA BOLÍVIA - IMPORTADORA ALIBOL S.R.L
57	KRYPTON SERVIÇOS CONTÁBEIS SS LINK CERTIFICAÇÃO DIGITAL LTDA
60	REDE DE ENSINO IPEDE
64	LEOCÁDIO ADVOCACIAADVOCACIA
68	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CODEL RESPONSABILIDAD LIMITADA - COOPEDEL R.L.
71	CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
74	NATIVIDAD ABOGADOS S.C.
77	RODAMIENTOS DEL CARIBE SRL
80	PAU A PIQUE
84	EYE CENTER OFTALMOLOGIA
87	CONTRERAS SANTANA & ASOC.
90	LABORATORIO GÜEMES
93	CALDAS ADVOCACIA
97	MOBI LOGÍSTICA



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA
CEO - LAQI
PUBLISHER - LAQI QUALITY MAGAZINE
daniel@laqi.org

LIC. PAULA PONTES
VICEPRESIDENTE EJECUTIVA
paula@laqi.org

LIC. JUAN LUIS CORREA
DIRECTOR GENERAL
QUALITY MAGAZINE
jlcorrea@laqi.org

LIC. THIAGO MONTANARI
EDITOR JEFE
thiago@laqi.org

LIC. LUIS TIZON
GERENTE DE SISTEMAS
luis@laqi.org

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO
PERIODISTA
lucas@laqi.org

LIC. SEBASTIAN CACERES
COMUNICACION SOCIAL
sebastian@laqi.org

LIC. GIULIANNA RIOJA
MANAGER - PROYECTOS ESPECIALES
giulianna@laqi.org

LIC. KIMBERLY SOUZA
MANAGER - LAQI MEMBERS BRAZIL
kimberly@laqi.org

LIC. IRAIMER GOMEZ
MANAGER - LAQI MEMBERS LATAM
iraimer@laqi.org

LIC. EMILIO DANINO
LOGISTICA INTERNACIONAL
emilio@laqi.org

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenidos al número 260 de nuestra Quality Magazine!

Como siempre, es un placer escribirles y tratar temas tan relevantes para el mundo empresarial, que sin duda, colaboran con líderes de los más diferentes segmentos. En esta edición, traemos el siguiente eje: Pequeñas y medianas empresas atentas a las iniciativas ambientales.

Se sabe que, más que tener un proyecto enfocado a la preservación del medio ambiente, el mundo empresarial es más consciente de la percepción de que la no adopción de prácticas sostenibles, especialmente vinculadas a cuestiones ambientales, puede ser crucial para la continuidad de los negocios.

Frente a ello, listamos sugerencias, ideas y caminos que pueden ser observados y agregados a las directrices de la corporación. Tales acciones tienden a traer beneficios a las empresas, ya que están vinculadas a los principios del Pacto Mundial.

También elaboramos un perfil de 16 miembros de nuestra Organización que están muy comprometidos con el Modelo de Responsabilidad Total de LAQI. Es nuestro orgullo presentarles nuestra red y observar el compromiso público de cada uno de ellos.

Me despido no sin antes expresar mi más profundo aprecio y gratitud a cada uno de ustedes, #LAQIno-americanos.

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraterno.

Daniel Maximilian Da Costa
Fundador e CEO
Latin American Quality Institute





Certificamos que

QUALITY MAGAZINE

es socio de la

SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA

SECRETARIO

PRESIDENTE

MSG

**PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ATENTAS
A LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES**

EL TAMAÑO TAMBIÉN IMPORTA EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA DESTRUCCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Puede parecer extraño para algunos creer que las pequeñas empresas pueden «permitirse» actuar para reducir los impactos ambientales de sus actividades siguiendo el camino del desarrollo sostenible sin perder su viabilidad económica.

Muchos todavía imaginan que tales acciones pueden ser llevadas a cabo por grandes empresas que, en general, tienen mucho dinero y capacidad operativa para invertir en proyectos e iniciativas que no forman parte de su negocio principal.

Puedo decir con convicción que todas las premisas anteriores no se corresponden con la realidad y tienen un error primordial: el hecho absolutamente claro de que los problemas ambientales y las profundas transformaciones que atraviesa el planeta afectan a todos y a todos sin distinción de clase, color, tamaño, etc., etc. Las responsabilidades son comunes y sin excepciones.

Otro punto importante que destacar —y que también forma parte de una declaración errónea— es que las empresas deben actuar en iniciativas ajenas a su negocio, como apoyar proyectos de plantación de árboles, financiar acciones de reciclaje en apoyo de las

comunidades o contribuir a organizaciones ambientales. Obviamente, nada en contra de estas acciones que, por supuesto, pueden traer numerosos beneficios, pero que requieren una visión altruista, lo que, para micros, pequeñas y medianas empresas no siempre es posible, ya que sería considerado, ahora sí, «un lujo».

Pero ¿quién dijo que las pequeñas empresas no pueden contribuir con acciones ambientales? ¿Qué pasa si estas acciones pueden resultar en menores costos para las mismas empresas?

Bueno, ese tipo de actitud está al alcance de negocios como un taller mecánico, una heladería o incluso un pequeño hotel. ¿Es suficiente, para esto, que esta pequeña empresa haga una reflexión sobre sus gastos diarios, por ejemplo, cómo es su consumo de agua, energía y combustible? ¿Se podrá hacer algo para reducirlos? ¿Qué pasa con otros insumos utilizados en la producción? ¿No se está desperdiciando materiales?

En muchos casos, sería suficiente simplemente cambiar la forma en que piensas para enfrentar estos desafíos. En mi época como profesor en la escuela de negocios, muchos estudian-

tes decían que en las empresas que trabajaban incontables gastos y desperdicios solo se podían evitar con el cambio de mentalidad el famoso «siempre lo he hecho así y siempre me ha funcionado». Nada menos que una visión reduccionista y pobre del razonamiento.

Además, las empresas con visión límite, independientemente de su tamaño, están condenadas al fracaso en un corto período de tiempo. Por lo tanto, adherir a los conceptos de desarrollo sostenible está directamente relacionado con lo que este negocio espera de su futuro.

Ya sea por las exigencias de sus consumidores, socios y proveedores, o el aumento constante en los valores de los materiales utilizados en su producción y que representan factores fundamentales solo si registramos la importancia de estas acciones para el futuro del negocio, si ponemos en cuenta lo más importante es reducir los impactos ambientales, no faltará nada para que entendamos todos los argumentos hacia un cambio para el futuro común de la humanidad. ¡Nuestro planeta seguramente te lo agradecerá!



Lic. Reinaldo Canto



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

1

de cada 750 bebés
nacidos tiene
síndrome
de Down



Colectivo 21
Perú

¿Qué es el síndrome de Down?

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

¿Quiénes somos?

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

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



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



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

Nuestras líneas de trabajo:



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



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



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



Inclusión Laboral: Talleres de preparación para el trabajo.



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

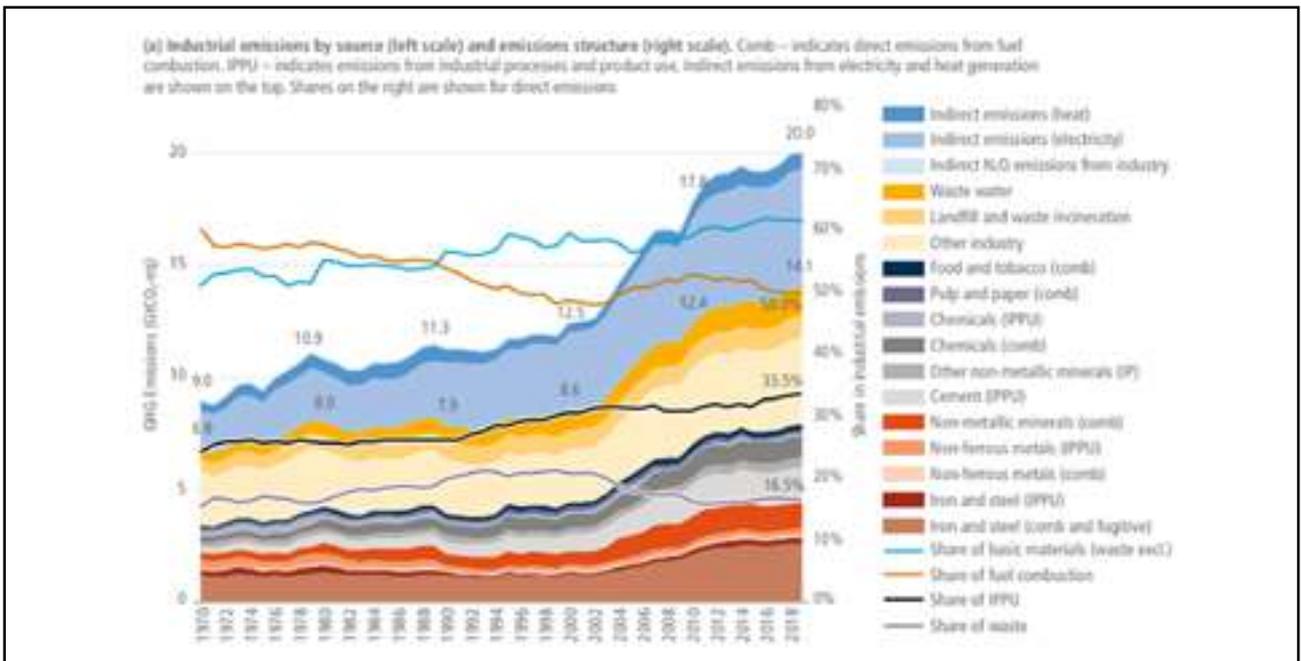
DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL A LA RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA EMPRESARIAL - RESILIENCIA CLIMÁTICA ¿UN PUNTO A PARTE DEL SECTOR EMPRESARIAL?

Hoy, el desafío de la sostenibilidad demanda otro salto, como el del lanzamiento a la luna, la supervivencia de muchas sociedades y los sistemas que dan soporte a la vida del planeta, están en riesgo.

La crisis climática está en evidencia, los riesgos asociados al cambio climático y sus impactos se sienten a nivel mundial y con mayor énfasis en los países en desarrollo, como es el ejemplo de América Latina y El Caribe.

Es ahí donde la importancia de la demanda de soluciones viables y sostenibles desde los distintos sectores y acto-

res, entre estos, el sector empresarial, juega un papel trascendental para la transformación de su convencional sistema corporativo, debiendo aplicar a paso acelerado, acciones de mitigación concretas, mecanismos y/o transformación de sus sistemas convencionales de producción, que por años han venido aportando al crecimiento económico de sus territorios; sin embargo, en parte, esto no ha favorecido de manera proporcional al sector social (sociedad de consumidores/proveedores), y en mayor proporción al ambiental, alejándose del concepto de sostenibilidad que hoy, la sociedad exhorta, ser tratada con urgencia.





Según el Informe del IPCC, del año 2022, «los mayores contribuyentes incrementales a las emisiones industriales en 2010 -2019 fueron los procesos industriales con un 40%, (Ilustración 1), seguido por las emisiones indirectas (25%), combustión directa (21%), seguido de los residuos (14%)». Esto nos hace entender que, para detener el crecimiento de las emisiones de carbono y volverlas a cero emisiones, hay que enfocarnos en los esfuerzos de mitigación de los procesos industriales, el uso de productos y la descarbonización de residuos.

Ilustración 1. Industrial emissions by source (left scale) and emission structure (right scale) IPCC, (2022). <https://www.ipcc.ch/report/ar6/>

La adaptación al cambio climático para el sector empresarial enfatiza la transformación, desarrollo, creación e implementación de soluciones creativas, resilientes, con enfoque sostenible, generación de planes de mitigación y resiliencia para problemáticas reales enfrentadas día a día por las distintas compañías, en diferentes partes del mundo, considerando su ubicación, influencia de factores climáticos externos y fortaleciendo la respuesta global oportuna a esta crisis.

Ilustración 2. Espinoza, W (2023). Desarrollo Industrial en países desarrollados

La competitividad y sostenibilidad de las empresas como parte de los objetivos estratégicos adquiridos por las

mismas, y siendo parte de la adopción voluntaria de la conocida Responsabilidad Social Empresarial (RSE), busca el equilibrio de estas, basándose en los pilares de bienestar social, crecimiento económico y aprovechamiento responsable de los recursos naturales, lo que nos lleva a pensar que las empresas, indistintas a su tamaño, dentro de su cultura organizacional, vienen realizando, en cierta forma, esfuerzos con enfoque hacia la sostenibilidad. Sin embargo, estos esfuerzos no han sido suficientes para mitigar el cambio climático.

Para comprender la necesidad de transformación que el sector empresarial debe atravesar ante la adaptación al cambio climático, iniciaré citando el concepto de resiliencia, según la RAE, dónde se define «resiliencia»:

1. f. Capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos.
2. f. Capacidad de adaptación de un material, mecanismo o sistema para recuperar su estado inicial cuando ha cesado la perturbación a la que había estado sometido.

A su vez, familiarizándonos con la sostenibilidad, adoptaré el concepto de Desarrollo Sostenible, definido en 1987, en la Comisión Brundtland, de las Naciones Unidas, como lo que “permite satisfacer las necesidades

del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias”.

Es así como considerando la Ilustración 3, podemos observar la estrecha relación e interdependencia que tienen entre sí cada pilar, y nos invita a integrar un sistema de interacciones, dónde todo proceso productivo, cadena de valor, cadenas de suministro, sume el sistema social, ambiental y económico, con una visión de pensamiento de ciclo de vida.

Ilustración 3. Organización de las Naciones Unidas (2019). Pilares del Desarrollo Sostenible.

Es claro que el crecimiento económico por sí solo no solucionará el problema, para esto se necesitan estrategias radicales con enfoque sistémico integral, que contemplen perspectivas amplias, participación multisectorial, combinando el aumento de los ingresos con intervenciones directa e inversiones responsables y sostenibles, clave para transformar el actual sistema económico.

Ilustración 4. Espinoza, WF, Convergencia (2023). Una mirada empresarial con visión hacia el desarrollo sostenible

La actual urgencia ambiental exige incluir a todos los actores y sectores tomadores de decisiones, su acción concreta como parte de la solución,



Fuente: WFP/Convergencia (2023)

siendo estos actores involucrados, gobiernos de todo nivel —sector privado, academia, sociedad civil— para lograr una transición equilibrada hacia una sociedad descarbonizada, tanto para los países en desarrollo como para los desarrollados, amparando de manera intrínseca los derechos fundamentales de las personas.

¿Qué están haciendo las MiPymes en distintas partes del Planeta?



Figura 4. Espinoza, WF, Convergencia (2023). Una mirada empresarial con visión hacia el desarrollo sostenible

Uno de los ejemplos de articulación de acciones y compromisos en materia de sostenibilidad, llevado a cabo por el sector empresarial, es la adopción voluntaria de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, mismo que las empresas de distintos tamaños, se alinean con los valores y estrategias corporativas, con la finalidad de cumplir responsabilidades enfocadas en derechos humanos, anti-corrupción, trabajo decente y cuidado del ambiente, fijando a su vez, precedentes para su éxito a largo plazo.

En este sentido, citamos a continuación, 3 de los 10 principios fundamentales de Pacto Global, los mismos que están enfocados con el cuidado del ambiente.

Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Ilustración 5. Espinoza, W (2018). Pacto Global Ecuador

Con este ejemplo, se pone en evidencia el interés y compromiso del sector empresarial en pro de avanzar con el marco de la Agenda de desarrollo sostenible y sus 17 objetivos globales, sirviendo de herramienta para reducir impactos negativos en sus procesos, a las personas, el Planeta y facilitar la



transformación de sus sistemas empresariales, preparándose para la resiliencia climática y siendo arte de la construcción del camino hacia la sostenibilidad.

CONVERGENZA CONSULTORA

COORD. RED INTERNACIONAL DE PROMOTORES ODS ECUADOR
LIDERESA ESCUELA ANDINA DE EMPODERAMIENTO POLÍTICO DE MUJERES ECUADOR

Bibliografía:

<https://dle.rae.es/resiliencia>
<https://pactoglobal-ecuador.org/>
<https://www.ipcc.ch/report/ar6/>
 Cambio climático | Naciones Unidas



Eng. Wania Espinoza, M.Sc.



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



ESG: OPORTUNIDADES PARA TODOS



La necesidad de implantación de los criterios ESG es cada vez más evidente y presente en el mundo corporativo, ya sea para adaptarse al mercado, para atraer las miradas de los inversores o para adaptarse a criterios ambientales, sociales y de gobierno.

En los últimos años, la urgencia del tema se ha apoderado de la agenda de numerosas empresas, lo que demuestra que ESG ya no es un diferencial, sino un nuevo camino hacia el futuro. El tema ESG es integral y está dirigido a todos aquellos que quieran avanzar en sostenibilidad, pero lo que se observa en la prácti-

ca es que, hasta ahora, las grandes empresas son las más comprometidas. Pero eso no significa que las pequeñas y medianas empresas no puedan recorrer el camino de la sostenibilidad.

Nuestro mundo pospandemia dejó atrás a todos aquellos que no pudieron adaptarse a las circunstancias de ese momento: miles de empresas cerraron sus puertas o adquirieron deuda. Ante esta situación, y también por miedo e ignorancia, los pequeños y medianos empresarios llegaron a creer que ESG no se aplicaba a sus negocios, porque no podían imaginar cómo la sostenibi-

alidad podría llegar a formar parte de sus empresas.

Invertir en ESG es empoderar a la empresa para el futuro; es hacerlo resiliente y en conexión con las necesidades del momento presente. También es ampliar la mirada, mirar afuera de su mismo negocio y obtener una visión de 360 grados; es querer ser parte del cambio y una mejor compañía para el mundo. Para el emprendedor que decide sumergirse en este universo, el paso más importante es tomar posesión de esta nueva conciencia. Esa nueva mirada guiará el camino. A partir de ahí, el siguiente paso es mirar a la empresa e identificar los impactos ambientales, sociales y de gobernanza. Al mapear los impactos, uno puede observar más fácilmente dónde están los cuellos de botella para, luego, direccionar los ajustes.

Mirando cada una de las letras de las siglas ESG, se revelan las oportunidades de mejora, y simplemente, se puede empezar. Cada pequeña acción de mejora respecto al medio ambiente, a lo social o a la gobernanza es un avance en el viaje hacia la sostenibilidad. Es importante recordar que, como en cualquier otro proyecto, la inclusión de prácticas sostenibles requiere planificar y establecer metas, obteniendo un formato adecuado para cada negocio. Esto significa que no sirve de nada «comprar»

ideas ya hechas o querer implementar las prácticas bien establecidas de una empresa internacional, por ejemplo. Uno puede, a lo mucho, adaptar la idea, lo que no es una garantía de éxito, porque no siempre una idea puesta en práctica se aplica a nuestra realidad. Por lo tanto, para evitar la creación de proyectos que son milagrosos y sin conexión con la realidad, la comunicación y el establecimiento de un diálogo con las partes interesadas es extremadamente necesaria. En esta etapa, para desentrañar los obstáculos y ayudar a las empresas a encontrar el camino hacia la sostenibilidad, se puede contar con la ayuda de un consultor de sostenibilidad.

Observando la realidad de la empresa centrada en el medio ambiente, uno puede reflexionar: ¿Cuáles son las oportunidades de mejora? ¿Cuáles son los obstáculos? ¿Qué medidas deben tomarse? ¿Cómo ahorrar agua y energía? ¿Cuáles son las fuentes de residuos? ¿Cómo reducir los residuos? ¿Qué materiales se pueden reciclar? ¿Cómo reemplazar productos/materia prima? ¿Existen tecnologías/metodologías menos contaminantes que se puedan aplicar a los procesos?

Respecto a lo social, se puede reflexionar sobre el trato dado a los empleados, proveedores y clientes. ¿La empresa valora la salud, la seguridad

y el bienestar de los empleados? ¿Hay problemas con los proveedores? ¿Hay casos de abusos contra los derechos humanos? ¿Cómo es la relación de la empresa con las comunidades aledañas? ¿La empresa se preocupa por exponer los datos de los clientes?

Asimismo, se deben evaluar y direccionar acciones respecto a los problemas de gobierno y cultura que rigen la organización. El establecimiento de prácticas éticas es fundamental para minimizar los riesgos de gobernanza. De esta manera, se debe investigar: ¿La empresa cumple con la legislación? ¿Hay casos de corrupción o fraude? ¿Cuáles son las malas prácticas? ¡Todas estas situaciones pueden formar parte de la realidad de CUALQUIER empresa o negocio! Una evaluación honesta y correcta es capaz de mapear los puntos críticos de la organización, permitiéndole tener una dimensión real con respecto a las prácticas de la empresa y los criterios de sostenibilidad.

Ya sea que la empresa adhiera o no a la implementación de ESG, siempre es importante advertir sobre los riesgos de la no implementación. Todos sabemos que una marca fuerte con una buena reputación

tiene fuerza y valor en la sociedad, y es capaz de atraer nuevos clientes y oportunidades. ¿Cuánto le cuesta a la organización estar involucrada en escándalos financieros? ¿Cuánto gana la organización al ver su imagen empañada por actividades ambientales ilícitas? ¿Cuánto crece la organización en influencia al ignorar las fallas de almacenamiento de datos del cliente?

Algunos pueden pensar que el tiempo borra una crisis de imagen, pero el impacto inmediato es fuerte y se refleja en pérdidas de clientes, proveedores, inversores y credibilidad que exacerban la crisis.

El mundo ha cambiado. La sociedad ha cambiado. Los consumidores han cambiado y la forma en que hacen negocios también ha cambiado. Hoy estamos viviendo una crisis climática sin precedentes que impone nuevas reglas. Ya no podemos seguir haciendo negocios mientras nuestros males sociales y ambientales sean completamente ignorados. Para resistir y sobrevivir en un entorno empresarial frenético, desigual y voluble es necesaria la adaptabilidad. Dice un proverbio popular: «El que tiene valor, tiene la ventaja», y esta visión refleja muy bien el mundo de los negocios.

Así, con una dosis de valor y de fe, que los empresarios de hoy puedan aprender del pasado, adaptarse a las necesidades del momento presente para evolucionar en sus negocios y como sociedad hacia un futuro ambientalmente correcto, socialmente justo y económicamente viable.

Referencias bibliográficas:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/qual-e-a-importancia-do-esg-para-as-pequenas-empresas,7a42f92d3c2a-2810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acceso: 05/02/2023.

<https://conexaotalento.com.br/esg-sustentabilidade-nas-pequenas-e-medias-empresas>. Acceso: 05/02/2023.

<https://netzero.projetodraft.com/por-que-esg-tambem-deve-estar-na-pauta-das-pequenas-empresas-o-sebrae-responde-para-garantir-a-continuidade-do-negocio>. Acceso: 04/02/2023.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-aplicar-o-conceito-de-esg-na-sua>

-empresa,fdace3ac39f52810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acceso: 04/02/2023.

<https://exame.com/negocios/esg-7-formas-aplicar-sigla-empresa>. Acceso: 03/02/2023.



Lic. Juliana Nascimento



**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

Las iniciativas medioambientales en el Ecuador están iniciando, hay un largo tramo por recorrer

«La responsabilidad como virtud o valor marca profundamente a los seres humanos y empresas. Este compromiso nos lleva a otro nivel al comprender que debemos ser individuos responsables, para dar el siguiente paso y ser sociedades responsables y comprometidas con nuestro entorno» (Amdami, 2017)



En la actualidad, la gran parte de la actividad social tiene lugar dentro de las corporaciones, en el cual se desarrollan conductas positivas o negativas, y estas se replican de diferentes formas en la sociedad civil resultante. Dichas conductas pueden ser el despilfarro de recursos, malas prácticas, etc. Por tal motivo, nuestra sociedad, el consumidor final del producto o servicio empresarial, tiene una toma de consciencia muy activa; interesándose y adoptando opiniones respecto al comportamiento de la empresa, corporación o directamente

del ciudadano empresario. Basado en estas conductas y/o opiniones emergen comportamientos y actitudes por parte de la comunidad forjadas en las apreciaciones reales y palpables, lo que nos permite ir premiando o sancionando a las empresas según sus prácticas (Equipo Zafaroni).

Cambiar de esquema y generar cambios que permitan avanzar hacia un compromiso más ético con nuestro entorno, respetando valores éticos, personas, comunidades y sociedades a través del desarrollo de actividades, planes y proyectos por parte de las empresas en el lugar in situ de sus operaciones traerá grandes beneficios para todos, basado en la premisa de ganar-ganar. Es necesario enfocarnos en el esquema del bien común, en el cual el ciudadano se convierte en el eje fundamental del actuar, pensar y cambiar comportamientos.

BIEN COMÚN

Ciudadano
Democracia
Estados nacionales modernos
Modernidad

Las empresas y el medio ambiente guardan una estrecha relación fundamental en la sociedad. El

papel de las empresas es esencial para proteger el medio ambiente. El mundo empresarial no puede estar estático y ajeno a la concienciación medioambiental. La ecología ofrece innovaciones que benefician a ambas partes: favorecer al medio ambiente y el desarrollo económico. El compromiso medioambiental debe formar parte estratégica de las empresas.

Hoy por hoy, las empresas no tienen solo una relación directa y en un solo sentido con los consumidores y/o clientes, ya que estos ahora no solo son consumidores de productos y servicios. Estos actores (consumidores e inversionistas) son actores activos y demandan de altas exigencias a las empresas para que oferten productos y servicios amistosos con el medio ambiente. De esa forma, resulta prácticamente imprescindible para las empresas alcanzar el éxito en el ámbito empresarial si adoptan estándares de reconocimiento en Gestión Ambiental.

Particularmente, en el Ecuador, las iniciativas medioambientales es un tema que ciertas empresas, organizaciones y corporaciones aún no la aceptan, y no se suman del todo a este reto. Tener iniciativas de mejoramiento ambiental en las empresas permitirá buscar y promover un ambiente más sano y libre de contaminación (Parrales, 2018)

Podemos considerar que tener mantener políticas medioambientales en nuestras estrategias de funciona-

miento nos ayudará a posicionarnos como una empresa responsable, al mismo tiempo que tenemos grandes beneficios internos y externos (Senati, 2020). A continuación, se menciona algunos aspectos de relevancia que tendrían las empresas, pymes y microemprendimientos al implementar acciones medioambientales:

- Prevención y corrección de los riesgos ambientales
- Mejora en la reputación de la empresa
- Generación de valor agregado
- Reducción de costos de operación
- Fidelización de clientes
- Posicionamiento

Para ir finalizando, mencionaremos un caso particular de cómo una empresa ecuatoriana ha incorporado procesos medioambientales dentro de su cadena de producción, desarrollando productos a base de material reciclado. Estas iniciativas son beneficiosas para la empresa como para el medio ambiente.

Ecuaplastic S.C por su proyecto de reciclaje e innovación de los envases de Tetra Pak recibió el reconocimiento como punto verde. Su proyecto se basa en reutilizar los materiales de Tetra Pak y convertirlos en materiales para la construcción de viviendas, oficinas, muebles para el hogar o accesorios decorativos. Desarrollar e implementar estas iniciativas como las mencionadas nos permitirá crecer como empresa sostenible, pero al mismo tiempo nos

enfocamos en generar impactos positivos en la sociedad. En el Ecuador estamos incorporando cada vez más estas iniciativas y proponiendo más proyectos que tengan un triple impacto: social, ambiental y económico.

El camino de las sostenibilidad y sustentabilidad es largo y lo estamos transitando con más frecuencia. Las grandes empresas, corporaciones y multinacionales están un paso más adelante desarrollando proyectos con más impacto, pero, el gran reto está en enfocarnos en las pequeñas empresas, pymes y micronegocios, para que estas aceptan el reto y se sumen al gran trabajo de la sostenibilidad.

Les dejo esta pregunta: ¿Ustedes consideran que las pymes y microempresas tendrían un gran aporte en la sostenibilidad y sustentabilidad del desarrollo en sus países?

Referencias Bibliográficas:

- <https://www.ecuaplastic.com/#prueba>
- Tomado de: <https://www.senati.edu.pe/conexionsenati/mas/5-razones-por-las-que-es-importante-incentivar-la-conciencia-medioambiental-en-las-empresas-peruanas/>
- Guido Poveda Burgos y Joe

Parrales Vidal (2018): «Una visión a la Responsabilidad Social Ambiental en el Ecuador», Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible n. 31(febrero 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/delos/31/guido-poveda4.html>
[//hdl.handle.net/20.500.11763/delos-31guido-poveda4](https://hdl.handle.net/20.500.11763/delos-31guido-poveda4)

- Amdani, Y. (05 de mayo de 2017). estrategia y negocios. Obtenido de

- <http://www.estrategiaynegocios.net/opinion/1067395-345/la-responsabilidad-social-un-compromiso-de-todos>.



Lic. Juan Carlos Aguirre



**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



**EMPRESA:
DR. COLUNA**

DR. COLUNA

La plataforma se centra en la salud y el bienestar y destaca la importancia de las iniciativas relacionadas con la preservación del medio ambiente y la responsabilidad social

Exposición y promoción de productos y profesionales al público consumidor, de forma clara y transparente. A esto se dedica Life Center Shop, un marketplace centrado en la salud y el bienestar. Su público consumidor final tiene como base personas naturales, hospitales, clínicas, laboratorios, consultorios, entre otras empresas del segmento salud.

El CEO y socio fundador, Dr. André Evaristo Marcondes Cesar, explica que la plataforma comenzó a desarrollarse en octubre de 2020, motivada por el cambio en el estilo de consumo de consultas y compras en línea, causado por el

aislamiento social de la pandemia de la covid-19. El empresario explica que, como en todo comienzo, surgen desafíos que deben superarse.

«Al desarrollar todos los códigos de programación del marketplace de servicios y productos, tuvimos algunos desafíos, en un principio, relacionados con la integración y capacitación de minoristas y profesionales. Hoy en día, ya contamos con un reconocimiento en el mercado por parte de profesionales y empresas registradas. Los clientes confían en Life Center Shop para cuidar su salud», comenta.





Esta confianza también viene dada por la calidad, que guía todas las acciones de la empresa, que utiliza la Metodología Kaizen, una filosofía japonesa orientada a la mejora continua en todas las dimensiones de la vida de las personas, ya sea en los aspectos familiares, sociales, personales o profesionales. En vista de ello, el equipo tiene como principio la frase: «Hoy, mejor que ayer, mañana, mejor que hoy».

El Dr. André Evaristo enfatiza que la agenda principal de Life Center Shop es dirigirse a todos los empleados y socios involucrados en el proceso. «Buscamos ideas de mejora y evolución entre nuestro propio grupo, escuchando el punto de vista de cada miembro. Todo el mundo está siempre comprometido con la empresa y su crecimiento», dice.

Comenta que un gran punto favorable es tener el MasterMind trabajando juntos, compuesto por médicos, especialistas financieros, ingenieros de publicidad y software, donde todos se agregan con experiencia en el proceso. «Valoramos a las personas al máximo. Por lo tanto, siempre nos preocupamos por la satisfacción del cliente y de todos los empleados», subraya.

Otro punto que contribuye a la calidad son los canales de comunicación fácil y directa, que generan cercanía y preocupación con la experiencia del cliente respecto al servicio prestado. Con este fin, todas las sugerencias se llevan al grupo, que identifica la viabilidad de la implementación. Para cada mejora implementada, se aplican varias pruebas internas.

La empresa también está siempre en contacto con los clientes que realizan compras de productos y servicios en la plataforma, averiguando si hubo alguna dificultad, si la consulta o el producto cumplieron con las expectativas, además de tener un canal de atención vía WhatsApp y correo electrónico para hacer preguntas y resolver posibles problemas.

«Para nosotros, todas las opiniones importan, y tenemos en cuenta la experiencia que las personas tienen con nuestro servicio, tanto comerciantes como profesionales de la salud, consumidores y empleados. Estos grupos se perciben a sí mismos como una parte importante del proceso y que su opinión es realmente importante para nosotros. Siempre alentamos este compromiso», comenta.

En este contexto, el principal desafío se muestra en unir opiniones de diferentes personas, de diferentes niveles de comprensión tecnológica y clases sociales, con el fin de alcanzar un objetivo común para todos. Por lo tanto, los puntos presentados por estos grupos son discutidos por la empresa, que también realiza encuestas e investigaciones para la adopción de las mejores prácticas.

Búsqueda de la sostenibilidad

El Dr. André Evaristo llama la atención sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Comenta que, en este proceso, como en todas las empresas, el Life Center Shop asume un rol fundamental, ya que es un esfuerzo conjunto, entre países, instituciones, gobiernos y organizaciones.

«Entendemos que estos objetivos no son fáciles de alcanzar, teniendo en cuenta el escenario actual en el que nos encontramos. El tiempo dado para ser alcanzado, hasta 2030, también es algo que debe tenerse en cuenta. Pero somos conscientes de que estos objetivos fueron creados en base a estudios en profundidad de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)», afirma.

Dada el área de especialización, el CEO enfatiza que la organización se enfoca en ayudar a alcanzar el Objetivo 3 - Salud y Bienestar, asegurando una vida saludable y promoviendo el bienestar para todos y todos, en todas las edades. «Nuestra empresa siempre está atenta y comprometida con la mejora continua, y lo que podamos aportar a un mundo mejor, lo aportaremos», dice.

En vista de esto, los mayores programas de cuidado ambiental implementados por la corporación se refieren a la no utilización de papel. El equipo adopta el lema Cero Papel y entiende que la cantidad que una empresa puede consumir de este insumo, multiplicada por miles de organizaciones existentes, provoca un desequilibrio aún mayor en la naturaleza con la devastación de muchos árboles.

Otra iniciativa implementada desde el inicio de Life Center Shop es la correcta eliminación de materiales electrónicos. El Dr. André Evaristo comenta que la empresa actualmente no utiliza herramientas para medir el impacto ambiental. Sin embargo, busca, muy de cerca, monitorear si estos programas están siendo realizados por todos los involucrados.

«No vimos desafíos significativos, ya que todo nuestro equipo está comprometido con el mismo propósito y es consciente de su rol en la sociedad», afirma, señalando que un gran resultado fue lograr que el grupo en su conjunto también implementara mejoras en sus hogares y llevar esa idea a sus familias.

En este contexto, dice que hubo un consumo consciente, tanto de papel como de agua y energía. Además, algunos otros comenzaron a separar la basura y hacer la eliminación correcta. «Nos ha enorgullecido y nos ha demostrado que estamos en el camino correcto, construyendo una empresa que, además de preocuparse por la salud, se preocupa por hacer un mundo mejor para vivir», resalta.

En el área de la Responsabilidad Social Corporativa, la empresa tiene trabajo remoto para la mayoría de los empleados, con el objetivo de reducir la contaminación del aire y el efecto invernadero, liberado por los medios de transporte. Además, está la prestación de servicios con valores asequibles, aportando a la sociedad en la búsqueda de ayuda médica especializada.

El Dr. André Evaristo también enumera un área de blog, la cual ha sido recientemente finalizada, sobre temas relevantes para la salud de la población. «El fácil acceso a esta lectura aporta mucho conocimiento y aclaración sobre enfermedades, síntomas, formas de tratamiento y similares», co-

menta. Con ello, los resultados se reflejan en empleados comprometidos con una mayor calidad de vida.

Otra consecuencia positiva es un sistema totalmente automatizado, de fácil acceso, con clientes satisfechos, profesionales y comerciantes, que lo demuestran a través de comentarios recurrentes y referencias a otros. «Esto demuestra que estamos cumpliendo nuestro papel en la sociedad, de poner la salud y el bienestar al alcance de todos», enfatiza.

Guiados por la ética y la excelencia

La compañía también implementó un programa de Compliance, desarrollado en conjunto con una firma de abogados de referencia en el tema. «Tenemos reglas internas y políticas de privacidad creadas con el fin de minimizar cualquier riesgo para la empresa, los empleados y su consumidor final», explica el CEO.

Para garantizar la seguridad, se adoptan soluciones que tienen en cuenta las técnicas adecuadas; costos de implementación; la naturaleza, el alcance, el contexto y los fines del tratamiento; y riesgos para los derechos y libertades del usuario. Para ello, la plataforma utiliza el certificado Secure Socket Layer (SSL).

Esta característica garantiza que los datos personales se transmitan de manera segura y confidencial, de modo que la transmisión de datos en-

tre el servidor y el usuario, y en la retroalimentación, se produzca de manera totalmente cifrada o encriptada.

La política de privacidad se redactó de acuerdo con la ley federal n.º 12.965 del 23 de abril de 2014 (Marco Civil de Internet), con la ley federal n.º 13.709 del 14 de agosto de 2018 (Ley de Protección de Datos Personales) y el reglamento n.º 2016/679 del 27 de abril de 2016 (Reglamento General Europeo para la Protección de Datos Personales — RGDP).

Existe un canal de denuncia a través de un correo electrónico utilizado por cualquier persona para informar si alguien está actuando en violación de las políticas de privacidad y seguridad de la empresa. «Nuestro mayor desafío se debe a la falta de recursos para desplegar un departamento de cumplimiento más complejo y exclusivo con su propio equipo en la empresa», afirma.

El Dr. André Evaristo señala que, además de la empresa que busca el crecimiento y el reconocimiento en el mercado, también busca ser una referencia, no solo en el área de Salud y Bienestar, sino también en el área de tecnología e innovación, basada en la ética, la transparencia y dentro de los requisitos legales. Y todo esto está ligado a una buena gestión.

«Combinamos un equipo de socios gerentes, programadores, atención al cliente y comercial con una plataforma innovadora y segura, para que la empresa crezca y ayude a la población a tener servicios y productos enfocados en la salud y el bienestar en la palma de sus manos, con precios asequibles sin influir en el valor o forma de servicio de quienes trabajan con nosotros», concluye.



Dr. André Evaristo Marcondes Cesar



NOTA CENTRAL

NOTA CENTRAL

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ATENTAS A LAS INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES

Más que tener un programa centrado en la preservación del medio ambiente, que es positivo, o una iniciativa sostenible, el mundo de los negocios tiene cada vez más la percepción de que no adoptar prácticas sostenibles, especialmente relacionadas con cuestiones ambientales, puede ser crucial para la continuación de los negocios.

Y esta visión involucra a toda la cadena corporativa, llegando incluso a la comunidad externa. Tal concepción debe enfatizarse desde la base de una corporación, guiando las oportunidades y las diferentes formas de empresas. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en la mayoría de los países, las empresas privadas crean la mayoría de los puestos de trabajo. También en este contexto, se esperan una serie de cambios, como la transición a una economía verde en las empresas, que podría agregar cerca de 60 millones de nuevos empleos al mercado para 2030. Sin embargo, según la OIT, estas vacantes están condicionadas a la disponibilidad de competencias y formación.

Para ello, es necesario un compromiso del mundo empresarial orientado a las inversiones y a la importancia de esta cultura en la organización. Tales habilidades pueden estar en los más de 200 millones de estudiantes actualmente matriculados en el sistema de Educación Superior, un número que se espera que se duplique para 2030.

Además, con la mejora de la salud ambiental, a través de una transición a la economía verde, la vitalidad económica tiende a mejorar, así como el bienestar humano. El crecimiento verde es visto como un camino hacia la llamada prosperidad inclusiva. Con este fin, los cambios son necesarios e inmediatos.

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), todos los sectores de la sociedad deben ampliar sus funciones y colaborar entre sí. Un ejemplo es el sector educativo, que debe mantener una estrecha colaboración con las empresas, los gobiernos y las comunidades para implementar planes para una economía verde inclusiva.

Otro punto destacado, que vincula a las pequeñas y medianas empresas, es que las normas laborales deben garantizar que los empleos verdes sean seguros, tengan salarios decentes y ofrezcan oportunidades para el crecimiento profesional. Por lo tanto, todos los sectores deben apoyar el emprendimiento verde.

Al mantenerse en contacto con el sector educativo, los líderes empresariales pueden colaborar con sugerencias, guiar los planes de estudio y graduaciones de los cursos, y solicitar la inclusión de la sostenibilidad ambiental. Esta acción servirá como preparación para los estudiantes para la tendencia de los empleos verdes.

Por lo tanto, la relación del mundo empresarial con el ámbito educativo es de gran importancia. Según el PNUMA, estas actualizaciones curriculares ayudarán a los estudiantes a tomar decisiones que cumplan con una economía inclusiva y verde, reflexionando sobre sus roles como consumidores, empleados e inversores.

Esta acción incluye a los educadores, quienes necesitan pasar por capacitaciones a través del desarrollo profesional para poder enseñar las habilidades y destrezas necesarias para los empleos verdes. Con los estudiantes, la inclusión de actualizaciones curriculares hará que este grupo esté preparado para hacer que las economías locales sean más verdes.

Comprender y aplicar

Antes de cualquier aplicación, debe comprender conceptos y definiciones. Las empresas que deseen implementar iniciativas ambientales, como la economía verde, deben comprender inicialmente en profundidad las particularidades de cada acción e iniciativa. Como parte, las direcciones e implementaciones serán más claras.

Según la OIT, los empleos verdes son aquellos que contribuyen a la preservación o restauración del medio ambiente, ya sea en sectores tradicionales como la manufactura y la construcción, o en sectores verdes más nuevos, como las energías renovables y la eficiencia energética. Estas actividades relacionan a los más diferentes profesionales.

Por lo tanto, al comprender los pasos para la acción, la adopción de empleos verdes puede traer los siguientes resultados: mejora en la eficiencia energética y de materias primas; eliminación de emisiones de gases de efecto invernadero; reducción de desechos y contaminación, protección de los ecosistemas y la salud humana; y apoyo a la adaptación a los efectos del cambio climático.

A través de datos, la OIT destaca los resultados del paso a una economía. Uno de ellos destaca el sector de las energías renovables, que empleó a 11,5 millones de personas en 2019. La Organización dijo que para 2050,

los empleos renovables podrían alcanzar los 42 millones, con otros 21,3 millones en eficiencia energética y 14,5 millones en flexibilidad energética.

En el sector agrícola, con el objetivo de la sostenibilidad, la fabricación de alimentos verdes requiere más mano de obra que la producción convencional. También en este contexto, la adopción de prácticas de gestión sostenible será responsable de la ganancia de más de 600 millones de empleos para 2050, todo esto relacionado con el uso de tecnología inteligente.

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) subraya que los empleos verdes podrían cambiar los tipos de vacantes disponibles, porque muchos de los empleos necesarios para una economía inclusiva y verde aún no existen, pero pueden ser creados por empresarios con esta visión.

En este caso, la OIT enfatiza que estos «líderes verdes» ya han creado muchas trayectorias profesionales, como gerentes de energía y auditores de energía, fabricantes de energía solar fotovoltaica, proveedores de estufas limpias y minoristas de compensación de carbono. Por lo tanto, se enfatiza la importancia de que los jóvenes estén calificados con esta mentalidad emprendedora.

Esta conciencia permitirá que los empleos verdes proporcionen bienes que beneficien al medio ambiente o utilicen menos recursos naturales. Y esto comienza con acciones consideradas simples, pero con grandes impactos, ya que conforman una cadena, que van desde la elección del material que se utilizará hasta la selección de fuentes de energía.

La inversión y la colaboración del mundo empresarial en la preparación para estas nuevas habilidades también impulsan la sostenibilidad como generadora de una economía más verde, con el objetivo de cambiar los procesos organizativos. Para ello, los empleados necesitan incorporar esta visión con la que es posible evaluar la estructura de la organización, así como sus productos.

También es importante pensar que esta nueva capacitación debe preparar a los nuevos empleados, apoyando también a aquellos que se preparan en academias y universidades para la aplicación de este conocimiento, no solo en la vida profesional, sino también en sus roles como consumidores y miembros de una comunidad.

ODS: el camino hacia las implementaciones

El mundo corporativo puede colaborar con estrategias que ayuden a implementar acciones de em-

pleos verdes. Junto con el universo educativo, los líderes empresariales pueden presentar sugerencias para cambios en el contenido curricular, integrando conceptos de sostenibilidad ambiental e información sobre trayectorias profesionales verdes.

De esa manera, estos grupos pueden entender que los conceptos básicos de la economía verde están relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, será necesario aportar motivaciones, ya que la construcción de una economía inclusiva, sostenible y verde implica conocimiento de manera productiva.

También se entiende que los empleos verdes y los Objetivos de Desarrollo Sostenible están relacionados con los desafíos de sostenibilidad. En vista de esto, la atención a los ODS es uno de los caminos más seguros para la empresa, que quiere tener una conexión más directa con las iniciativas ambientales.

Un ejemplo es el ODS 4, que apoya la promoción de empleos verdes, en particular mediante la consecución de metas destinadas a promover las competencias técnicas y profesionales para el empleo y el trabajo decente. Además, garantiza que los conocimientos y habilidades adquiridos promuevan el desarrollo.

El ODS 7, por otro lado, tiene los objetivos correctos que promueven la sostenibilidad, con un mejor acceso a la energía, la infraestructura y la tecnología actualizada. Esta importancia se debe a que las energías renovables y la eficiencia energética se encuentran entre los principales sectores discutidos para una economía más verde y oportunidades de empleo.

Por el ODS 11 es posible enfatizar que las ciudades y comunidades más sostenibles están relacionadas con diferentes aspectos, como el transporte sostenible, la urbanización y la gestión, las políticas de eficiencia de recursos, la acción climática y la creatividad para desarrollarse. Todo esto, visto como oportunidades, puede estar vinculado a empleos verdes.

El ODS 12 también guía esta visión, ya que mejorar la eficiencia de las materias primas y eliminar el desperdicio y la contaminación es uno de los resultados de los empleos verdes. Y a través del ODS 13, se destaca la preocupación por los impactos de la acción climática, desarrollando estrategias de adaptación y mitigación.

A partir de ello, se recomienda que las empresas compartan la idea de que vale la pena y que es necesario, para cualquier actividad, aportar recursos sobre planes de carrera. Incluso la idea se puede

enfaticar desde el lanzamiento de la propuesta o vacante, para que el candidato sea consciente de esta realidad.

La alineación del equipo también es esencial para que los criterios se adapten a los administradores y otros puestos, incluida la integración de la sostenibilidad ambiental. Esto incluye el compromiso cívico para que estos nuevos empleados sepan cómo defender la necesidad de la transición a una economía verde inclusiva.

En resumen, se puede concluir que las pequeñas y medianas empresas que apuntan a iniciativas ambientales, basadas en la sostenibilidad, tienden a una serie de beneficios, tanto ante

los consumidores y stakeholders como su propio equipo, que tendrá una mentalidad actualizada frente a las realidades que impactan a la sociedad como un todo.

Referencias

<https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/35070/GGEGJ.pdf>

<https://www.unep.org/pt-br/sobre-onu-meio-ambiente>

<https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>

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



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

A blurred background image of a news reporter holding a microphone with a logo and a camera. The microphone has a white cube-shaped base with a circular logo in blue, green, and orange. The camera is on the left side of the frame.

REPORTAJE ESPECIAL

BRASILEIROS EM USHUAIA

Empresa se basa en la calidad y la excelencia, brindando momentos inolvidables a sus pasajeros

Brasileiros em Ushuaia/El Calafate es un operador turístico enfocado en la Patagonia Argentina y tiene como principales destinos las ciudades de Ushuaia y El Calafate. En vista de esto, destaca la misión de dar la bienvenida a los brasileños de la mejor manera posible, ayudando a hacer el mejor viaje para el cliente.

Según el director Mário Barros, el público brasileño en Ushuaia está compuesto, en su mayoría, por brasileños de clase A y A+. Además, la compañía se vuelca hacia los sectores B2B, en asociación con agencias de viajes, y B2C, con venta directa en tiendas, canales de atención y sitios web, siempre basados en la calidad y la excelencia.

La empresa inició en 2013 y, según Mário, la motivación vino de una pasión por Ushuaia desde el año de 2010, ya que, junto a su esposa, Janaína Barros, optaron por «vacaciones más largas». Con esto, la pareja comenzó a compartir detalles del viaje en las redes sociales y, en poco tiempo, el nombre Brasileiros em Ushuaia [Brasileños en Ushuaia] se convirtió en una referencia cuando se trata de itinerarios de viaje.

A partir de entonces, para hacer ese sueño realidad, Mário y Janaína huyeron de la zona de confort y decidieron dejar la ciudad de João Pessoa, en el estado de Paraíba, en Brasil, y seguir en automóvil hasta —como solía bromear el director—





el «fin del mundo». Después de 50 días y más de 10 000 kilómetros recorridos, la pareja y su perro York llegaron a Ushuaia, listos para trabajar con el turismo local.

«Con solo cuatro meses en Ushuaia, surgió la necesidad de ganar dinero. Identificamos un evento de carrera que ocurriría en la ciudad y pensamos que esa era oportunidad de conquistar a los brasileños visitantes con un paseo dirigido a los atletas, con un recorrido completo. Así surgió el Mega Tour, el primero de muchos paseos turísticos que se convirtieron en la insignia de la agencia», comenta.

Hoy por hoy, Brasileiros em Ushuaia tiene más de 100 empleados en dos países, una flota de vehículos todoterreno y furgonetas de pasajeros, diversos contactos y proveedores de servicios que aseguran la excelencia de los tours.

A su vez, Mário señala que la historia de la organización también estuvo im-

pregnada de desafíos, y el primero fue salir de la zona de confort, cambiar de país, enfrentar comentarios y superar las críticas con respecto a la edad. En medio de esto, uno de los puntos principales fue la lucha por la patente del nombre Brasileiros em Ushuaia, que requirió resiliencia y apoyo de sus familiares.

«Cuando hablamos de familia, no puedo dejar de mencionar a mi hermano Luiz Barros, quien en 2016 visitó Ushuaia y, además de enamorarse de la ciudad, decidió apoyarme y convertirse en socio de la empresa. Con la mitad de la familia a bordo, solo hacía falta tener en el equipo a Vera, la hermana mayor de estos “dos valientes lunáticos”», cuenta Mário, recordando la historia de la compañía.

En el segundo semestre de 2016, la sociedad entre los hermanos Barros ya comenzaba a cosechar los frutos de todo el trabajo y creció tanto en Brasil como en Argentina. Años más tarde, en 2020, se presentó otro desafío: la pan-

demia de la covid-19. Pese a todas las restricciones, la empresa se mantuvo de pie, con la ayuda del equipo, lo que aseguró el mejor servicio.

«Después de esto, podemos decir que incluso si nuestros planes para el futuro están rodeados de desafíos, todos serán superados con el apoyo de todos los que contribuyen a nuestro crecimiento. Empezamos como tres hermanos de sangre y hoy somos más de 100 que compartimos el mismo amor, determinación y metas», resume.

Búsqueda por calidad y sostenibilidad

Mário comenta que la empresa conoce el impacto del turismo en el medio ambiente y señala que Brasileiros em Ushuaia, como empresa, se vuelve más responsable para garantizar la calidad del medio ambiente. Para ello, la agencia adopta políticas en asociación con empleados y contratistas para

reducir el impacto humano en las regiones donde se ofrecen tours.

«Actualmente, contamos con orientación sobre el cuidado de la fauna y flora local, así como políticas de reducción de CO2 para el desplazamiento de tours. Estamos trabajando diariamente y desarrollando nuevas formas de contribuir con el medio ambiente», explica, detallando la importancia de la agenda ambiental para la empresa.

También reconoce que la construcción de una cultura de Responsabilidad Social es sumamente importante. «Así es como aplicamos acciones para reducir los impactos ambientales en el desplazamiento de tours, guías para orientación sobre fauna y flora local, con el fin de minimizar el impacto humano en la región y, principalmente, trabajar en equipo con el comercio y la organización», subraya.





En el campo del Compliance, se destaca la seguridad de datos e información, especialmente en el caso de Brasileiros en Ushuaia, que trabaja con datos de clientes y proveedores. Por lo tanto, con el fin de garantizar la seguridad de todos, la empresa trabaja siguiendo los estrictos requisitos de los organismos reguladores y cumpliendo con todos los requisitos del segmento.

«Para nosotros, la satisfacción de nuestros colaboradores y proveedores es muy importante, ya que un ambiente de trabajo compuesto por personas felices, bien capacitadas y satisfechas asegura la excelencia en el servicio de nuestros clientes», garantiza, destacando que el trabajo se realiza codo a codo con empleados y proveedores, escuchando sugerencias y críticas, de manera abierta.

Además, con el fin de brindar una experiencia inolvidable a los clientes, la empresa cuenta con canales de atención personalizados, que ofrecen el apoyo necesario para los viajeros. Un ejemplo de accesibilidad fue la inauguración, en 2019, de una tienda en el aeropuerto de Ushuaia, para que los clientes sean bien recibidos por los brasileños.

La compañía también cuenta con un establecimiento en la avenida principal de Ushuaia, dos unidades en El Calafate, en el aeropuerto y en la Galería Paseo de los Pájaros, además de la oficina principal en Brasil. También está disponible a través de la página web, llamada de servicio vía WhatsApp, contacto por correo electrónico, teléfono y aplicación, con una serie de características para el cliente.

«Creemos que un equipo estructurado es fundamental para garantizar una buena experiencia para el cliente. Por lo tanto, tenemos un departamento de marketing que desarrolla contenido de redes sociales y blogs, campañas publicitarias y comparte contenido esencial sobre nuestras rutas turísticas», resalta.

Mário comenta que el departamento comercial es la estrella del equipo, ya que, además de captar clientes, se encarga de resolver dudas y mantener la mejor relación posible con agencias y particulares. El departamento de logística controla toda la operación, asegurando que los viajeros tengan sus excursiones confirmadas, conozcan horarios, entre otros puntos.

«Consideramos que nuestro objetivo es siempre buscar formas de aumentar los resultados, ya sea en nuestros servicios, canales de comunicación o evaluaciones en páginas web y aplicaciones. Y así es como pudimos ganar premios internacionales por la excelencia en nuestro servicio», concluye.





Ribeiro Costa Advocacia

OAB/MG 6.315 | *Fundado em 2014*

Escritório de Advocacia, com mais de 8 anos de excelência em Direito de Propriedade e Regularização Fundiária.

Áreas de Atuação:

Direito Agrário

Direito Civil

Direito de Propriedade

Regularização Fundiária

Direito Tributário

+55 (63) 3028-9569

+55 (063) 9.9940-7618

+55 (063) 9.9975-4710

✉ costaneto.jus.adv@gmail.com

📷 @ribeirocostaadv



RE POR TA JES



BIOMA AMBIENTAL

Bioma Ambiental es una empresa enfocada en análisis físico-químico, microbiológico, microbiológico y macroscopía de SWABs (manos de colaboradores, uniformes, superficies diversas), chapado para monitoreo de calidad del aire, así como análisis de agua, alimentos, farmacéuticos, efluentes, productos veterinarios, far-

macéuticos, aire ambiente, entre otros. El socio-propietario y gerente técnico, Rogério Ribeiro, menciona que la organización, que se encuentra ubicada en la ciudad de Cruzeiro, en el estado de São Paulo, Brasil, comenzó en 2003 como una consultoría ambiental, en su propia casa. El laboratorio apareció en agosto del año siguiente. Los servicios están dirigidos principalmente a industrias de todos los segmentos, así como al público en general.



Comenta que, desde el inicio de las actividades, la empresa quería una calidad y eficiencia con la que pudiera destacarse en el mercado respecto a los competidores. «Esto es lo que hemos logrado a través de los diversos premios, como el de LAQI, así como las acreditaciones con la Coordinación General de Acreditación del INMETRO, según NBR ISO/IEC 17025», cuenta.

Rogério Ribeiro llama la atención sobre el desarrollo sostenible como una necesidad mundial desde hace mucho tiempo. «Hoy en día, se ha convertido en una cuestión de supervivencia. A todos les tomó mucho tiempo tomar conciencia», enfatiza, desta-



cando los proyectos implementados en el contexto ambiental.

«Trabajamos con empresas especializadas para recolectar nuestros desechos contaminados y desechos químicos, como reactivos vencidos. No tuvimos ningún impacto en la comunidad en general. El desafío era realmente financiero para igualar este costo dentro de nuestra pequeña capacidad», señala.

La empresa está siempre atenta a las necesidades sociales, tanto corporativas como individuales. «Trabajamos en divulgaciones, asistencia a nuestros clientes y co-

munidades, entre otros», afirma. Además, la empresa distribuye productos y también los comercializa, como BYE Corona, para la higienización de ambientes previniendo bacterias, patógenos y covid-19.

A través de la investigación, la organización también realiza adaptaciones y mejoras para que los clientes sean atendidos. «Tanto las críticas como las sugerencias se tratan con la mayor seriedad posible, ya que es una observación del cliente. Tenemos que hacer que todos se sientan bien con nuestros servicios y con la presencia de Bioma en sus empresas», subraya.

La estrategia de Bioma es vivir las necesidades de los clientes, tratándolos como si fueran el equipo. Así también ocurre con la comunidad circundante y con los colaboradores. «Nuestro objetivo es un ambiente saludable y agradable, donde a todos les guste estar, venir a trabajar con placer, recibir a nuestros colaboradores como socios y no como meros proveedores de servicios», señala.

Rogério Ribeiro también enfatiza la adaptación constante del equipo a las necesidades diarias de cada cliente, con agendas que son definidas por el público, por las deman-

das. «Trabajamos para satisfacer a todos, dentro de los requisitos legales y reglamentarios, tanto de nuestros clientes como junto con nuestros colaboradores», resalta.

En vista de ello, el gerente resume que no hay desafíos, sino alianzas. «Nos reunimos con los involucrados y elaboramos las pautas, reglas y directrices para hacer un buen trabajo, apuntando así a alcanzar el éxito de todos. Una buena gestión corporativa siempre integra a todos en la filosofía del bioma, que está dirigida al bienestar de los colaboradores, la comunidad y los clientes», concluye.



CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DNA LTDA - ME

DNA – Centro de Educação Profissional tiene como principal actividad la prestación de servicios bajo la modalidad de cursos técnicos, estando ubicada en la ciudad de Ananindeua, en el estado de Pará, Brasil. El público está atado a personas que tienen el objetivo de capacitarse para ingresar al mercado de trabajo calificado y más rápido, que es lo que propone el curso técnico.

Según la directora pedagógica, Milena Silva dos Santos Magalhães, en 21 años hubo varios logros. Algunos de ellos pasan por la base estratégica bien defini-

da; sistematización de procesos y gestión eficientes; selección de profesores experimentados y calificados; y personal técnico capacitado y comprometido con los resultados.

También hay programas curriculares creados exclusivamente para DNA, una excelente estructura física, técnica y pedagógica, y más de 40 cursos, entre técnicos, especializaciones y profesionalizaciones, además de un núcleo escénico que genera una amplia y selecta red de pactos, así como reconocimiento regional, nacional e internacional.





«El modelo de gestión aplicado en DNA integra y valora a las personas, permitiendo que cada empleado, independientemente de su cargo, participe en las decisiones, con sus ideas y propuestas, entienda que el puesto no debe limitar su responsabilidad por el bienestar y la calidad general en la institución y se sienta parte del logro», comenta la directora.

En 2016, el DNA Centro de Educação Profissional abrió su código de éxito al mercado a través de DNA Franchising, permitiendo la replicación de su modelo de gestión, know-how conquistado día a día, y su herencia más importante: su marca, consolidada por

muchas manos competentes, amor y dedicación.

En el área ambiental, la empresa cuenta con el programa de descarte de residuos perforantes y cortantes, en alianza con una empresa especializada en la disposición de estos materiales, y la sustitución del uso de vasos desechables por squeeze, que se distribuyeron a estudiantes y colaboradores. Además, se estimula constantemente al equipo para hacer que los procesos sean cada vez más informatizados

Entre los muchos proyectos, en fase de implementación, destacan las ac-

ciones sociales, el ambulatorio de salud, la educación para la salud, el impacto ambiental, la donación de alimentos y el bingo solidario. La directora considera que el programa de acciones sociales desarrollado por Enfermería, Estética, Radiología, Nutrición y Gastronomía es uno de los más importantes.

«De esa manera, podemos proporcionar salud y bienestar a las comunidades y a la población necesitada», comenta. Respecto a la satisfacción del cliente, la institución contribuye con profesores calificados, especialistas, maestros y doctores con experiencia en cursos técnicos, con la mejor infraestructura de cursos técnicos en el estado del Estado de Pará.

Entre las estrategias para la satisfacción de los grupos de interés, la empresa cuenta con un programa de capacitación para el equipo técnico y docentes; satisfacer las demandas solicitadas por los clientes; encuestas de satisfacción institucional; escucha directa y abierta al cliente; y reducción del tiempo de respuesta a las solicitudes.

Además, a través de un programa de Compliance, mantiene la organización documental, monitorea las acciones de acuerdo con el código de conducta de DNA, tiene procesos pedagógicos y administrativos más cortos e informatizados, control y monitoreo de impuestos y licencias

anuales e innovación de técnicas pedagógicas para las clases.





Há 21 anos transformando
as vidas de nossos
estudantes!

**A escola técnica
mais premiada
do Brasil!**

**Enfermagem
Estética
Gastronomia
Nutrição
Radiologia**

 **dnananindeua**

 **91 98883-7901**

 **cursosdna.com.br**



ALIANÇA BOLÍVIA IMPORTADORA ALIBOL S.R.L

Alibol S.R.L. es una empresa enfocada en representaciones exclusivas y adquisición de franquicias. Con presencia en el mercado desde 1980, cuando se fundó en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, la organización realiza servicios a todo el sector de la construcción y genera 50 empleos directos y más de 500 indirectos.

Desde su creación, la empresa ha tenido la vocación de importar cerraduras y herrajes, consolidándose como la mayor importadora y comercializadora de productos de la marca Aliança. «Hoy, celebramos nuestra perseverancia con nuestros clientes, brindándoles una exclusividad de productos y un confort de tranquilidad en base a nuestros productos de óptima calidad», subraya la corporación.

El CEO y fundador, el ingeniero Roly Carlos Salas, enfatiza la excelencia y calidad que están vinculadas a los procesos de la organización, destacando que la empresa vende solo productos regulados y normas ISO, además de las especificaciones gubernamentales del mercado, lo que brinda una serie de seguridad al cliente.

Parte fundamental de los servicios, los Objetivos de Desarrollo Sostenib-

le están presentes como guía en las decisiones de Alibol S.R.L. Roly Salas cree firmemente que es posible alcanzar el equilibrio entre satisfacer las demandas de la empresa o los objetivos de negocio, satisfacer las necesidades del cliente, sin dañar el medio ambiente y las próximas generaciones.

«Es un proceso tedioso y que demanda tiempo, pero el mundo precisa ser mejor tratado y cuidar nuestro planeta de manera más eficiente», comenta. En vista de esto, la corporación implementa iniciativas relacionadas con la preservación del medio ambiente. «Todos los envases de nuestros productos son biodegradables y se pueden reutilizar, lo que fue difícil, en ese momento, para concientizar a nuestros clientes», afirma.

Además, en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, la empresa está atenta a la acción de comercializar productos no nocivos y no tóxicos, que pasan por procesos que no contaminan el medio ambiente. Con este fin, también se desarrollan campañas semestrales de asistencia social para proporcionar alimentos a los más necesitados en las periferias del estado donde se encuentran los jefes.

En esto, el CEO y fundador destaca algunos proyectos, como ayudar a las personas que necesitan una nutrición adecuada, así como lo que hace que el equipo conozca la realidad de las personas sin hogar por parte de la sociedad. Estas acciones colaboran con la búsqueda de la sostenibilidad y fomentan nuevas iniciativas con la comunidad.

También llama la atención sobre la contribución de la empresa a la satisfacción de clientes y proveedores. Para el primer grupo, la corporación proporciona productos adecuados y de alta calidad que satisfacen las demandas y son accesibles para todos. Para el segundo grupo, se destaca el respeto por los procesos establecidos, manteniendo la ética profesional y una práctica de mercado respetable.

Además de un plan de negocio anual, que debe medirse periódicamente en función de los objetivos establecidos, en relación con los grupos de interés, la empresa valora los espacios de diálogo, incentivo a la proactividad, fortalecimiento del aprendizaje colectivo, creación de escenarios y espacios para fortalecer los lazos comerciales con los proveedores y crear oportunidades de crecimiento.

Roly Salas enfatiza que la empresa promueve la ética profesional, la integridad y la eficiencia, ofreciendo seguridad y transparencia en los procesos. «Trabajar bajo un programa de compliance anticorrupción y en rechazo de malas prácticas empresariales es un reto bendito, el cual todos deberíamos aplicar, ya que con transparencia y ética todo va mejor y nos conduce al éxito», concluye.





**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.confeccionespulpiplus.com

SÍGUENOS:



KRYPTON SERVIÇOS CONTÁBEIS SS LINK CERTIFICAÇÃO DIGITAL LTDA

Krypton Serviços Contábeis es una empresa que tiene como actividad principal la prestación de servicios de contraloría contable, tributaria y laboral y de seguridad social, además de BPO Financiero para corporaciones nacionales e internacionales. A su vez, Link Certificação Digital se dirige a la emisión de Certificados Digitales para personas naturales y jurídicas.

Según el líder de la Unidad de Compliance y Calidad, Daniel Honório, las actividades de la empresa comenzaron hace 29 años en el barrio de Nova Suíça, en Belo Horizonte, estado de Minas Gerais, en Brasil, pasando por el corazón de Savassi y, actualmente, con sede en el barrio de São Lucas. A su vez, Link Certificação Digital está en el mercado desde 2009.

El líder señala que los servicios se enfo-

can en despachos de abogados de mediano y gran tamaño, empresas de Tecnología de la Información, prestación de servicios, el tercer sector, la industria minera y las industrias en general. «Además del enfoque por segmento, también tenemos un enfoque en los clientes que operan en Brasil, pero reportan a sus oficinas centrales en el extranjero», explica. Basado en la calidad, Krypton BPO adoptó el Sistema de Gestión de Calidad (SGC), certificado desde 2014 en ISO 9001. Es un estándar sostenible, con auditorías anuales, con una marca de cumplimiento reconocida por más de 160 países, y puede ser probado a nivel nacional e internacional a través del foro internacional de acreditación.

Los lineamientos relacionan el desarrollo del liderazgo, la integración de equipos





y unidades de negocio, la descentralización de los procesos de toma de decisiones y la desburocratización, la cultura centrada en los resultados, además de ser un referente internacional en contabilidad de gestión y gestión estratégica de la información para el mercado internacional hasta finales de 2030.

El CEO Krypton BPO y gestor de negocios, Rogério Noé, llama la atención a las acciones de la compañía que garantizan al público un desarrollo económico y financiero, un crecimiento como ciudadano, con buenas prácticas de gobierno, como fomentar el desarrollo de habilidades blandas, como la conversación no violenta y la empatía, y habilidades duras, con incentivo a la mejora técnica.

También destaca iniciativas ambientales, como ZeroPaper, con reducción drástica en la adquisición de papel; eliminación de vasos desechables, que ya ha resultado en la compra de menos del 5% del volumen en comparación con antes de la implementación del proyecto; y eliminación consciente de desechos electrónicos, con el 100% de este material enviado a áreas específicas.

La Responsabilidad Social Corporativa ocurre en diferentes sectores de la corporación. Entre las principales iniciativas, según el líder de marketing, Pedro García, se encuentran campañas como Lacre do Bem (reciclaje de anillas de latas), Navidad Solidaria, recaudación de ropas de invierno, Kafé Especial, campaña de vacunación, fomento de actividades físicas y gimnasia laboral.

Del mismo modo, la líder de RR. HH., Danielle Cruz, llama la atención sobre la asociación con nutricionista, campañas para valorar fechas festivas, asociación con la institución Sesc, asociación con universidades y escuelas de idiomas. Además, Danielle Cruz señala que, a través de la investigación, la gerencia determina el plan de acción adecuado para cada tema, actuando inmediatamente con la parte relacionada.

La gestión de Krypton BPO tiene como estándar buscar las mejores prácticas del mercado. El líder de la Unidad de Compliance y Calidad concluye señalando que el sistema de Compliance de la empresa se inauguró en 2021 para llevar a cabo las prácticas del SGC y el Sistema de Gestión de Seguridad y Privacidad de la Información, certificados ISO 27001 e ISO 27701, en marzo de 2022.



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

REDE DE ENSINO IPEDE

Enfocada en Educación Técnica, Educación Superior y Estudios de Posgrado, Rede de Ensino Ipede ha estado en el mercado desde 2012. El servicio se da acorde al público objetivo, que va desde los jóvenes, en una formación técnica para el mercado laboral, hasta el ciudadano que busca formación académica y los profesionales, en una especialización que tiene la finalidad de sumar a su formación académica.

El director presidente, Dácio Alves Viana, destaca que, desde la fundación de la empresa, ha sido un desafío consolidarse en el mercado en el área de edu-

cación. Sin embargo, Ipede siempre ha tenido una mirada al desarrollo social desde el comienzo de sus actividades. Él comenta que, con sólo R\$ 500 y mucha fuerza, ha logrado, junto con su equipo, la mayor red educativa del Estado de Maranhão, en Brasil.

Todos los procesos organizativos trabajan en un flujo de producción estandarizado, que va desde el estudio de mercado hasta la implementación de una nueva unidad educativa, pasando por la postventa. Las principales agendas pasan por valores éticos y morales, calidad de servicio, lealtad, consolidaci-





ón de marca en el mercado, generando buenas acciones.

Dácio Alves señala que Ipede tiene una estrecha vigilancia y prioriza las acciones sociales, principalmente relacionadas con prácticas que tratan de minimizar la pobreza, el hambre y el analfabetismo, además de acciones de cuidado ambiental, que van desde la educación social, como el reciclaje, hasta la adopción de utensilios para uso personal y la no utilización excesiva de los recursos naturales y hídricos.

También en la cultura organizacional, la empresa promueve con clientes internos y externos acciones de sostenibilidad, solidaridad social, como donaciones de canastas básicas, kits de materiales escolares, e incentivo a la formación profesional, ofreciendo becas a familias necesitadas, entre otros.

«Para cada fecha conmemorativa ya incluida en nuestro calendario académico, tenemos acciones de Responsabilidad Social. Podemos citar como algunos de los ejemplos: cuidado de los ancianos, acciones de cuidado y mantenimiento del medio ambiente, cuidado de la salud de la mujer, entre otros», menciona Dácio Alves.

Además, el director afirma que el equipo de Ipede entiende que el mundo está en constante innovación y evolución. En vista de ello, la Red busca innovar constantemente los procesos administrativos, fortaleciendo las asociaciones y calificando los procesos de producción. Para ello, la proximidad y participación del público en las decisiones de la empresa se consideran fundamentales.

«En nuestros procesos administrativos, contamos con la evaluación institucio-



nal, en la que los clientes internos y externos miden la calidad de nuestro servicio, la atención, gestión, activos y sistemas. Cada evaluación se analiza cuidadosamente y, en casos de validación crítica, el gerente del departamento presenta una sugerencia de mejora y retroalimentación al cliente», explica.

Dácio Alves señala que Ipede es una empresa consolidada en todo el Estado de Maranhão, y parte de esto se debe a las asociaciones. Un ejemplo es el programa Bolsatec, que tiene como objetivo atender a un porcentaje de la comunidad que quiere in-

gresar a la Educación Técnica. De acuerdo con la ciudad, el 50% de la cuota mensual y algunos recursos son responsabilidad del gobierno contratante.

Establecida en valores éticos, la empresa también se basa en la confidencialidad de la información, el tratamiento estandarizado y la apreciación de los clientes. «El gerente es parte fundamental del buen funcionamiento de la corporación, ya que actúa en la planificación, organización, dirección y control. Por lo tanto, es necesario para una buena reputación y buenos resultados», concluye.



¿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.

LEOCÁDIO ADVOCACIA

Leocádio Advocacia es una firma especializada en demandas ambientales, en el campo preventivo y contencioso. Aunque está ubicada en Uberlândia, en el estado de Minas Gerais, opera en todo Brasil, en la promoción de garantías de los derechos de empresarios y productores rurales. También se dirige a todo el Sistema Agroindustrial Brasileño.

El profesor, socio fundador y director jurídico ambiental, Dr. Cláudio Junio Leocádio, señala que la firma mantiene en su cabeza una estructura integrada para sa-

tisfacer los más variados requerimientos, aliada a la más moderna del ordenamiento jurídico, además de un desempeño laboral oportunista, diferenciado y humanizado en las relaciones existentes de sus abogados con los clientes.

Además de trabajar en Derecho Agrario y Ambiental, también se dedica a lo Civil, Empresarial, Seguridad Social, Laboral y Sucesiones. Los colaboradores también trabajan en el mercado extranjero, en la importación y exportación de productos básicos. «Hemos estado ofreciendo servi-





cios legales de alta calidad durante casi dos décadas, buscando la mejor solución para los clientes», afirma.

El director afirma que la oficina implementa programas internos de capacitación técnico-profesional de sus colaboradores. «Internamente, hemos instituido la Gobernanza Corporativa, y las pautas semanales de nuestras reuniones internas son: transparencia, equidad, rendición de cuentas y Responsabilidad Corporativa», afirma el Dr. Cláudio Leocádio.

Para Leocádio Advocacia, los Objetivos de Desarrollo Sostenible son muy importantes, ya que la firma busca actuar respetando y contribuyendo, interna y externamente, con cada uno de los temas tratados, impactando así en la vida de los colaboradores, la comunidad y el ámbito de acción.

Para ello, ha implantado un sistema productivo más sostenible y menos agresivo

para el medio ambiente, con el compromiso de reducir las emisiones de dióxido de carbono, generación de residuos y consumo de agua, papel y energía. Además, el Dr. Cláudio Leocádio participa en el cuerpo legal del Instituto Luva, responsable de la implementación de sistemas de recuperación de biomas.

También es coordinador de la Elaboración del Cuadernillo de la Comisión de Derecho Ambiental «Sostenibilidad y Medio Ambiente: un desafío para todos»; miembro de la Comisión de Derecho Ambiental del Estado de Minas Gerais; presidente de la Comisión de Medio Ambiente de OAB - 13ª Subsección de Uberlândia, entre una serie de otras actuaciones y compromisos.

Las iniciativas también se llevan a cabo a través de donaciones al Hospital y la Asociación del Cáncer, la Legión de Buena Voluntad (LBV), canastas básicas para familias de bajos recursos, choco-

lates para niños en Pascua, y comida y fiestas en el Día del Niño. «El resultado vale la pena, porque es muy gratificante; quienes más ganan en todo esto somos nosotros, quienes recibimos tantas sonrisas y alegría», comenta.

La firma ha participado en un importante proyecto ambiental en un asentamiento rural, que generó la elaboración de estos dos libros, cuyo socio fundador es coautor: Avaliação socioeconômica, cultural, ambiental e agroecologia de empreendimentos populares y Os caminhos do desenvolvimento ambiental.

Destacando la ética y la integridad, el Dr. Cláudio Leocádio concluye que la buena gestión está formada por un líder capaz de escuchar a sus liderados. «En Leocádio Advocacia, la administración se forma junto con todos los abogados asociados, que participan en las discusiones. Con un equipo alineado,

la gestión se vuelve más fácil y efectiva, con el objetivo de obtener los resultados deseados», resume.





TRATAMENTO ALÉM DA COLUNA VERTEBRAL



A QUIROPRAXIA É UMA ESPECIALIDADE E PROFISSÃO DA ÁREA DA SAÚDE QUE TEM SEU FOCO NA COLUNA VERTEBRAL, QUE É O CENTRO DE SUSTENTAÇÃO DO CORPO TODO.

O QUE MUITOS NÃO SABEM É QUE TRATANDO A COLUNA PODEMOS TRATAR OUTRAS PARTES DO CORPO!
QUER SABER MAIS SOBRE A QUIROPRAXIA?

NOS SIGA NAS
REDES SOCIAIS:



@MAISCOLUNA



@MAISCOLUNA



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CODEL RESPONSABILIDAD LIMITADA - COOPEDEL R.L.

Coopedel R.L. tiene como una de sus misiones el desarrollo económico de los habitantes del municipio de Ixcán Playa Grande, principalmente de asociados y personas que son apoyadas, con créditos para negocios y otras acciones empresariales. Además, desarrolla actividades bancarias, adscritas a diferentes bancos del país.

Según Wendy Janeth Tomás Díaz, representante legal, el trabajo se realiza con asociados que no tuvieron la oportunidad de acceder al servicio financiero, debido a los requerimientos de las entidades bancarias. Esto permite a la institución tener fácil acceso a los servicios prestados, especialmente al crédito, sin

mayores exigencias, con la oportunidad de asesoramiento personalizado.

También ofrece servicios del banco Banrural, como diversas transacciones, depósitos, retiros, remesas, envío de dinero al exterior, entre otros. Este desempeño es parte de Coopedel R.L., que ha estado en el mercado desde 2012. Fundada por Otto Ervon Macz Ho, la institución comenzó con un trabajo de crédito que permitió el desarrollo de tres sucursales en el país y más de 2000 asociados.

Wendy Tomás comenta que la Calidad Total se implementa con capacitación constante y talleres, con diferentes temas, para todo el equipo. «Se enuncia la



calidad en el servicio y los estándares de calidad en las instituciones bancarias y cooperativistas, se ha mejorado con nuevos puestos de trabajos que permitan un mejor control encaminado a la calidad en el servicio», explica. El mayor anhelo y objetivo de la institución es poder trabajar y convencer a los habitantes de uso adecuado de los recursos naturales, hábitat y ecosistemas en todas las áreas que estas encierran. Como objetivo se tiene poder trabajar con los habitantes de las regiones más necesitadas, el uso adecuado del suelo, y el impacto que tiene la deforestación versus la reforestación.

Uno de los programas principales de la cooperativa es la gestión de la instalación de biodigestores, con baños lavables que reducen la contaminación en un 85%, haciendo alianza con Wather for People, quien es un aliado de desarrollo local de la institución. Las etapas son ejecutadas en su totalidad, con línea crediticia para los solicitantes. El impacto importante es la reducción de contaminación.

La Responsabilidad Social Empresarial, a su vez, se refleja en las iniciativas que se desarrollan en zonas municipales, rurales y, principalmente, comunitarias. Wendy Tomás señala que se ha priorizado la entrega de útiles escolares, apoyo en diferentes actividades deportivas y culturales, lo que

permite enunciar el cuidado del medio ambiente.

La excelencia también está presente en el servicio a colaboradores, clientes y proveedores, cumpliendo con las expectativas, estándares y regulaciones. Los reglamentos y manuales de la institución fueron elaborados de acuerdo con los programas de cumplimiento, en ellos se visualizan normas y estándares al cumplimiento de la ley.

Este sistema también busca no infringir la legislación guatemalteca y leyes internacionales que rigen la actividad cooperativista, dando paso a los objetivos éticos de la institución. «El programa de cumplimiento es una garantía de que en la institución no se aceptan transacciones para lavado de activos, el financiamiento al terrorismo y otras formas de infracciones que vulneran la integridad de las personas», comenta.

Wendy Tomás resume que la buena gestión se lleva a cabo de acuerdo con las disposiciones de las funciones y reglamentos de la cooperativa. «Todo está reglamentado para el desarrollo de la gestión con los aliados estratégicos. De acuerdo con los manuales y reglamentos, hay comités encargados para la gestión, lo que permite o no el procedimiento de nuevas demandas», concluye.





bcysa



Boysa 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

CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

La Cámara de Diputados de la República Dominicana se dirige a todos los ciudadanos locales y presenta una serie de funciones, como analizar la coherencia y la consistencia económica y financiera de las políticas públicas e implementar un sistema de seguimiento y control del Presupuesto General del Estado.

Además, mide los impactos macroeconómicos, fiscales y sociales de las leyes y resoluciones aprobadas en el Congreso Nacional, en especial el Presupuesto General del Estado y su ejecución a lo largo del año, así como evalúa la consistencia macroeconómica de los proyectos de ley que afecten las finanzas públicas en el contexto del Sector Público Consolidado (SPC), entre otros.

El presidente de la Cámara, Lic. Alfredo Pacheco Osoria, al comentar la importancia de la calidad en todas las acciones, llama la atención sobre la certificación ISO 9001:2015, que regula los Sistemas de Gestión de Calidad y explica que la pauta para mantener un programa de calidad es documentar todos los procesos y procedimientos.

También cuenta con una Comisión de Medio Ambiente y Recursos Naturales que tiene a su cargo el conocimiento de los temas relativos a la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y de los recursos naturales, asegurando su sostenibilidad y compatibilidad con el desarrollo humano, y del seguimiento y evaluación de los estudios de impacto e informes ambientales.





Otro punto que destacar es el Marco Común de Evaluación (CAF), una Metodología de Evaluación para el mejoramiento de la calidad en las Administraciones públicas, inspirada en el Modelo de Excelencia de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), adoptado por el Ministerio de Administración Pública.

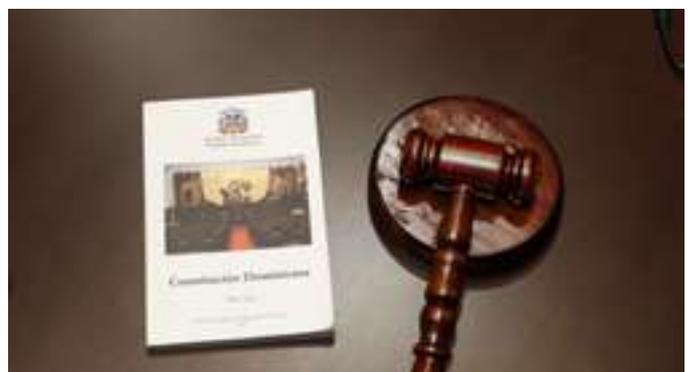
Con esta función, puede proporcionar a las organizaciones del sector público dominicano una herramienta común para aplicar técnicas de gestión de calidad en su administración, que les permite autoevaluarse usando la herramienta Guía CAF, con la que identifican sus puntos fuerte y áreas de mejoras; a su vez, les ayuda a elaborar un Plan de Mejora.

O Lic. Alfredo Pacheco también destaca el Programa de Asistencia y Bienestar Del Empleado (PABE), con asesoría psicológica, legal y financiera en forma personalizada a los colaboradores de la Cámara de Diputados. Las líneas de trabajo son las siguientes: asistencia legal; orientación nutricional; manejo de la economía familiar; apoyo emocional; prevención y manejo del estrés laboral; actividades deportivas; servicios médicos; educación continuada y gestión de la diversidad laboral.

En las estrategias para la satisfacción de los grupos de interés, la Junta establece objetivos claros, analiza y prioriza los requisitos de las partes interesadas y se comunica regularmente. A su vez, los principales desafíos que enfrentan están relacionados a la calidad de la información, a la cultura organizacional orientada al cliente y la alineación de la estructura, estrategia, procesos, tecnología, y cultura organizacional.

También se establecen políticas y procedimientos para garantizar el desarrollo de las actividades conforme a la normativa vigente regulada por la Administración Pública (MAP), promoviendo una cultura de cumplimiento entre sus colaboradores y directivos. A través de la certificación Norma ISO 9001:2015, la Cámara ha establecido diversos procedimientos internos para lograr la satisfacción de sus clientes internos.

El presidente de la Cámara concluye que una correcta gestión puede ayudar a cumplir con las leyes, ya que forman parte de la visión que los grupos de interés, influye directamente en la opinión que las personas tienen sobre la entidad, bien sea formando parte de la misma en calidad de colaboradores o por parte de la población nacional, ya que la institución de debe a la población dominicana.





Un outsourcing umbrella que trabaja
bajo la metodología ON DEMAND



La cadena de hoteles "home-Boutique"
que cambio las reglas del juego en hotelería

BERRIES[®]
del Perú

Empresa peruana especializada en la creación y
comercialización de productos de alta calidad alimenticia



 Av. Reducto 1265, Lima, Miraflores.



www.plussperu.com

NATIVIDAD ABOGADOS S.C.

Natividad Abogados S.C. es una firma enfocada en proporcionar servicios legales a empresas en materia laboral, y materias relacionadas, los cuales incluyen asesoría en temas laborales colectivos, litigio individual, consultoría, relaboración de documentos y contratos, seguridad social, litigio administrativo y juicios de amparo.

El director general, Dr. Tomás Héctor Natividad Sánchez, explica que la firma asesora a pequeñas, medianas y grandes empresas, o grandes grupos industriales y de servicios sin importar el número de trabajadores, ofreciendo

un servicio comprometido de calidad a nivel nacional.

Guiados por la Calidad en todas las actividades, la firma mantiene contacto permanente con los clientes a través de circulares, comunicaciones y eventos virtuales y presenciales. «También asistimos a nuestros clientes en forma presencial cuando ello se requiere, ante todo tipo de problemas administrativos, individuales o colectivos», explica. Además, el director comenta sobre la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ya que Natividad Abogados S.C. considera que esta agenda



es la única vía de crecimiento viable para México. «Sabemos y reconocemos la validez de todos los programas. México es y será una de las principales naciones del Mundo en el desarrollo sustentable», enfatiza.

En vista de ello, aunque la actividad no resulta en daño, el despacho mantiene en su rutina prácticas y programas para proteger el medio ambiente. También en cuanto a la búsqueda de la sostenibilidad, el Dr. Tomás Héctor llama la atención sobre el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, con iniciativas relacionadas.

«Por nuestro giro, prestación de servicios profesionales y consejería, hemos incluido en nuestra administración el Compromiso con las minorías: la diversidad en nuestra fuerza profesional y laboral que respeta raza, género, edad y orientación sexual. Desde hace varios años ya somos más mujeres que hombres en el desempeño de nuestros servicios y dentro de todo el personal participan personas de todas las edades», explica.

El director señala que la integración de diferentes generaciones es un hecho en la práctica profesional. «Tenemos colaboradores muy jóvenes, terminando sus estudios, y personal en proceso de jubilación. Ha sido un reto crear siner-

gias entre generaciones, pero lo hemos conseguido», añade, destacando que la firma también participa en temas pro-bono.

El director general señala que el objetivo es prestar servicios profesionales de la mayor calidad y excelencia y estar siempre en la vanguardia y en el principio de ganar - ganar entre proveedor y cliente; siempre involucrados con sus clientes en el logro de sus objetivos y que éstos se mantengan en los límites de la ley y la normatividad aplicable.

En cuanto al Compliance, siempre que se solicite, Natividad Abogados S.C. se compromete a cumplir con todas las directrices legales. «La firma siempre aplica en sus lineamientos de ética y transparencia con todos sus clientes y en todos los asuntos que a ella se le encomiendan», afirma, destacando la excelencia en las acciones del equipo.

El Dr. Tomás Héctor concluye que la firma considera al cliente como la parte más importante del trabajo profesional. Además, todo el equipo está orientado a conseguir sus objetivos y metas. «Por lo tanto, es vital preservar la buena reputación corporativa que hemos construido a lo largo de los años, a través del profesionalismo y la ética de nuestro equipo», concluye.





@cavalcantepereira.adv

cavalcantepereira.adv.br



BELÉM.

PARAUPEBAS.

BRASÍLIA.

SOLUÇÕES JURÍDICAS INOVADORAS PARA NEGÓCIOS

- Ambiental
- Trabalhista
- Imobiliário
- Compliance
- Societário
- Tributário
- Contencioso e Arbitragem
- Contratos e Due Diligence
- Gestão Patrimonial, Família e Sucessões

CAVALCANTE

ADVOGADOS **&** PEREIRA
ASSOCIADOS

RODAMIENTOS DEL CARIBE SRL

Rodamientos Del Caribe SRL es una empresa que opera en las industrias minera, azucarera, alimenticia y agrícola. Ubicada en República Dominicana, es importadora de componentes, maquinarias y lubricantes industriales, contando con un equipo cuyo objetivo es cumplir con los más altos estándares de calidad.

La misión principal de la organización es brindar un servicio personalizado, precios competitivos, diversificación de productos, con los más altos estándares de calidad, de las marcas más reconocidas, con el fin de cumplir y superar las expectativas del mercado. También

pretende ser líder por excelencia en el mercado nacional.

Para ello, la corporación se guía por valores que involucran integridad, excelencia, innovación, trabajo en equipo, reconocimiento personal y responsabilidad social. Con una plantilla de más de 100 colaboradores, la empresa cuenta con todos los procesos certificados por la norma ISO 9001-2015 y la OEA.

Entre las actividades, la empresa suministra todo tipo de repuestos y para máquinas en el sector minero. A través del departamento de ingeniería, se proporcionan servicios totalmente



especializados de instalación, capacitación, investigación y desarrollo para satisfacer las necesidades de los clientes.

Para el sector agrícola, el suministro de piezas se convierte en repuestos y servicios para la optimización, desarrollo y mantenimiento de maquinaria industrial. En vista de ello, la organización cuenta con representación de las mejores marcas del mundo, que permiten que la aplicación permanezca operativa con la confiabilidad necesaria.

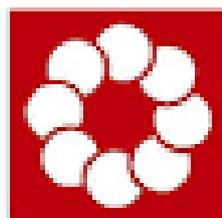
La compañía también es distribuidora oficial y representante exclusiva de las mejores marcas para el segmento de transporte pesado, lo que incluye rodamientos, lubricantes, filtros, piezas de repuesto para la reparación de motores y transmisiones, válvulas, faros y la más amplia gama de piezas para camiones americanos, europeos y asiáticos.

El administrador Claudio Suero llama la atención sobre la importancia de la agenda global de desarrollo sostenible en la empresa. Señala que tales pautas le dicen a todos los que viven en el planeta, a cada persona, familia y sociedad, que deben estar comprometidos y empoderados por estas pautas.

«Como empresa, trabajamos con la sostenibilidad de nuestra organización y de cada una de las familias que forman parte de ella. Trabajamos con programas de capacitación y concientización permanente para la protección del planeta», enfatiza, mencionando que también son auspiciadores de una escuela de bajos ingresos, a la cual apoyan proveyendo útiles escolares a los estudiantes.

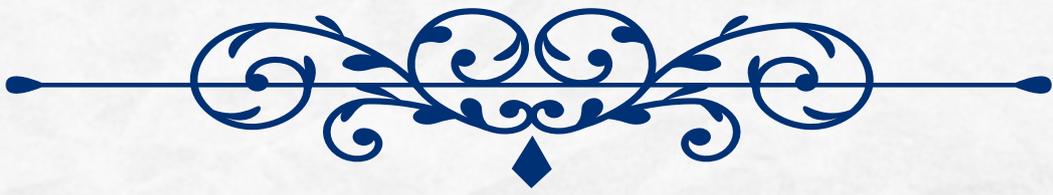
En vista de ello, señala que la administración reflexiona plenamente sobre la permanencia de una buena reputación corporativa, lo que contribuye a la satisfacción de los clientes y proveedores internos y externos. Esto también se puede ver en la forma en que opera el equipo y en el retorno positivo del público con respecto a los servicios prestados.

«El crecimiento sostenido de una empresa se basa en los aspectos intangibles que la sociedad percibe, como la imagen, el servicio y la ética. Nuestra empresa tiene una política de formación de sus colaboradores, política de promoción, política de precios y política social», concluye Claudio Suero, destacando la reputación corporativa.



Rodacaribe

Rodando a la Excelencia



CARREIRA

Sociedade de Advogados

Há mais de 25 anos atuando com confiança e
qualidade.



PAU A PIQUE

Pau a Pique es una marca de moda femenina y masculina, con confección y tiendas propias. Fundada en 1994 en la ciudad de Águas de São Pedro, en el estado de São Paulo, Brasil, por Roberto Rabello, comenzó como una tienda de artesanías, pero pocos meses después de su apertura, había un buen servicio al cliente para camisetitas básicas e impresas.

A partir de ello, Pau a Pique se fortaleció en el rubro de vestuario. Según el CEO, Gustavo Hubner Rabello, desde sus inicios, la empresa valora la calidad de sus productos, teniendo como dos pilares principales: comodidad y durabilidad.

Hoy en día, las tiendas están ubicadas en los mejores lugares y las entregas se realizan en todo Brasil a través de la propia página web.

«El público objetivo de Pau a Pique son las mujeres que buscan ropa atemporal, que se puedan utilizar en el día a día, y que sea cómoda y duradera. Servimos muy bien a la audiencia de tallas grandes, modelando nuestras piezas para que sean más amplias que el “estándar” de la mayoría de las marcas que están en el mercado», explica.

También señala que la compañía se centra en el público B/C, se especializa





en moda náutica (navy) y vende tanto en B2C como en B2B. Con este fin, la calidad se muestra desde la compra de la malla hasta la venta al cliente final. En este contexto, Gustavo destaca que el principal reto es la parte de la fabricación y desarrollo de las piezas.

«Primero, tenemos en cuenta la reputación del proveedor y hacemos varias pruebas antes de comprar cualquier material. Tenemos un sector de calidad muy exigente y tenemos en cuenta el tacto de la malla, resistencia, contracción, calidad del tinte, problemas de temperatura, absorción, entre otros. Y, por supuesto, la mirada necesita complacer», comenta el CEO.

La compañía cree que es posible crecer de forma sostenible y apunta, como uno de los mayores objetivos para los próximos años, a tener el 100%

del consumo de energía en origen solar, incluyendo la fábrica y todas las tiendas. Actualmente, ya lleva a cabo un trabajo de reciclaje serio, y toda la tela sobrante se reutiliza o se entrega a otras empresas e instituciones sociales.

«Actualmente, gran parte de la electricidad que consume la empresa es 100% limpia, generada a partir de origen solar a través de nuestras placas fotovoltaicas instaladas en nuestra fábrica. Tenemos un proyecto para construir una miniplanta solar para que, en los próximos años, todo el consumo de energía sea limpio y renovable», cuenta.

Los productos fabricados por Pau a Pique tienen sus insumos comprados a empresas brasileñas. Todos los tal-

leres de costura asociados son de la región donde se encuentra la organización. «Además de darnos una ventaja logística y fomentar la economía local, creamos una mayor proximidad en el ámbito profesional, generando confianza y lealtad en ambas partes», explica.

Gustavo dice que en la empresa siempre hay un sentido de equipo y una visión a largo plazo, con respeto y compromiso entre todos, y esto se replica con proveedores y clientes. Otro

detalle es la búsqueda del crecimiento de forma sana y sostenible, respetando siempre los riesgos financieros en nuevos proyectos y ampliaciones. «Todo este trabajo fue fundamental en tiempos más difíciles, como el período de pandemia, donde la empresa no cerró ninguna unidad o redujo el personal. Una solidez organizacional contribuye de manera extraordinaria a la credibilidad con sus colaboradores, proveedores y clientes», concluye.



+504-2566-7012

constructorapalada@hotmail.es

www.constructorapalada.com

constructorapaladahn

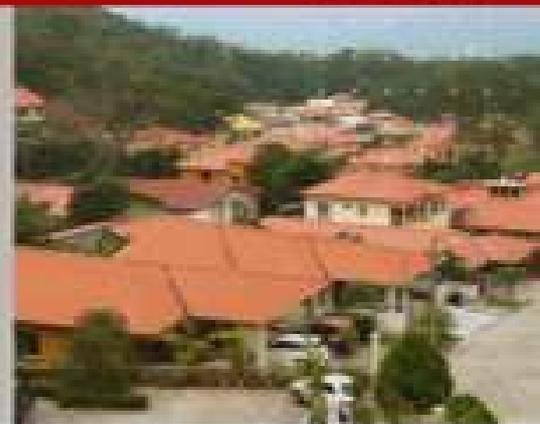


CONSTRUIMOS TUS SUEÑOS

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa formada hace más de 40 años especializada en el rubro de la construcción de obras civiles, industriales, comerciales, alquiler de maquinaria y urbanización de residenciales privadas para el desarrollo social.

CONTÁCTANOS



VALORAMOS A LAS

personas

comunidades

ambiente

EYE CENTER OFTALMOLOGIA

La Clínica Eye Center recurre a la atención clínica y quirúrgica en Oftalmología en Río de Janeiro. La empresa atiende de manera privada y con seguros de salud, y cuenta con sedes ubicadas en varias regiones de la ciudad, facilitando así el acceso de los pacientes. Guiados por la calidad y la excelencia, el equipo apunta, entre diferentes puntos, a la satisfacción del cliente.

El director médico, Dr. Jaime Guedes, explica que uno de los mayores retos de la fue la unión de varias marcas a un solo Grupo. «Clínica Eye Center es la combinación de varias clínicas en Río de Janeiro en una sola marca, siendo parte del Grupo Opty a nivel nacional», explica, señalando que en Río el desafío fue reunir culturas y metodologías de diferentes trabajos en una sola marca. En vista de ello, comenta que la estra-

tegia fue aprovechar las mejores prácticas de cada clínica que formaba parte de esta unión y volver a aplicar lo que cada uno tenía lo mejor en esta empresa, brindando lo mejor a los pacientes. Por lo tanto, la calidad juega un papel clave en la jornada laboral.

«Desde el paciente hasta el médico, buscamos mejorar los flujos internos para que las personas que reciben información, atención y prestación de servicios puedan comprender nuestra misión. Tenemos un equipo constantemente enfocado en estas mejoras, y el médico participa activamente en las comisiones obligatorias», explica el Dr. Jaime Guedes.

Para ello, el equipo de calidad promueve reuniones, charlas online y acciones de mejora continua, realizando siempre



acciones, como Abril Por La Seguridad Del Paciente, Día Mundial de la Higiene de Manos y Día de Prevención de Caídas, además de varias otras fechas importantes para motivar a los colaboradores a conocerse cada vez mejor.

Señala que, cada vez más, el mercado considera los criterios ESG como un papel importante en el mundo. Con este fin, Clínica Eye Center, así como todo el Grupo Opty, cuenta con importantes iniciativas y practica internamente acciones continuas que motivan a los colaboradores, no solo en la empresa, sino en la vida diaria.

La empresa también cuenta con el folleto «Futuro com + cuidado», donde se enfatizan las prácticas: Erradicación de la pobreza (proyecto social «Sacolinhas Natal» - Instituto AMAR); Salud y bienestar - Opty Oftalmo - Opty Orienta - Acciones para combatir el Covid-19; y Ciudades y comunidades sostenibles: gestión de residuos y eliminación correcta de medicamentos.

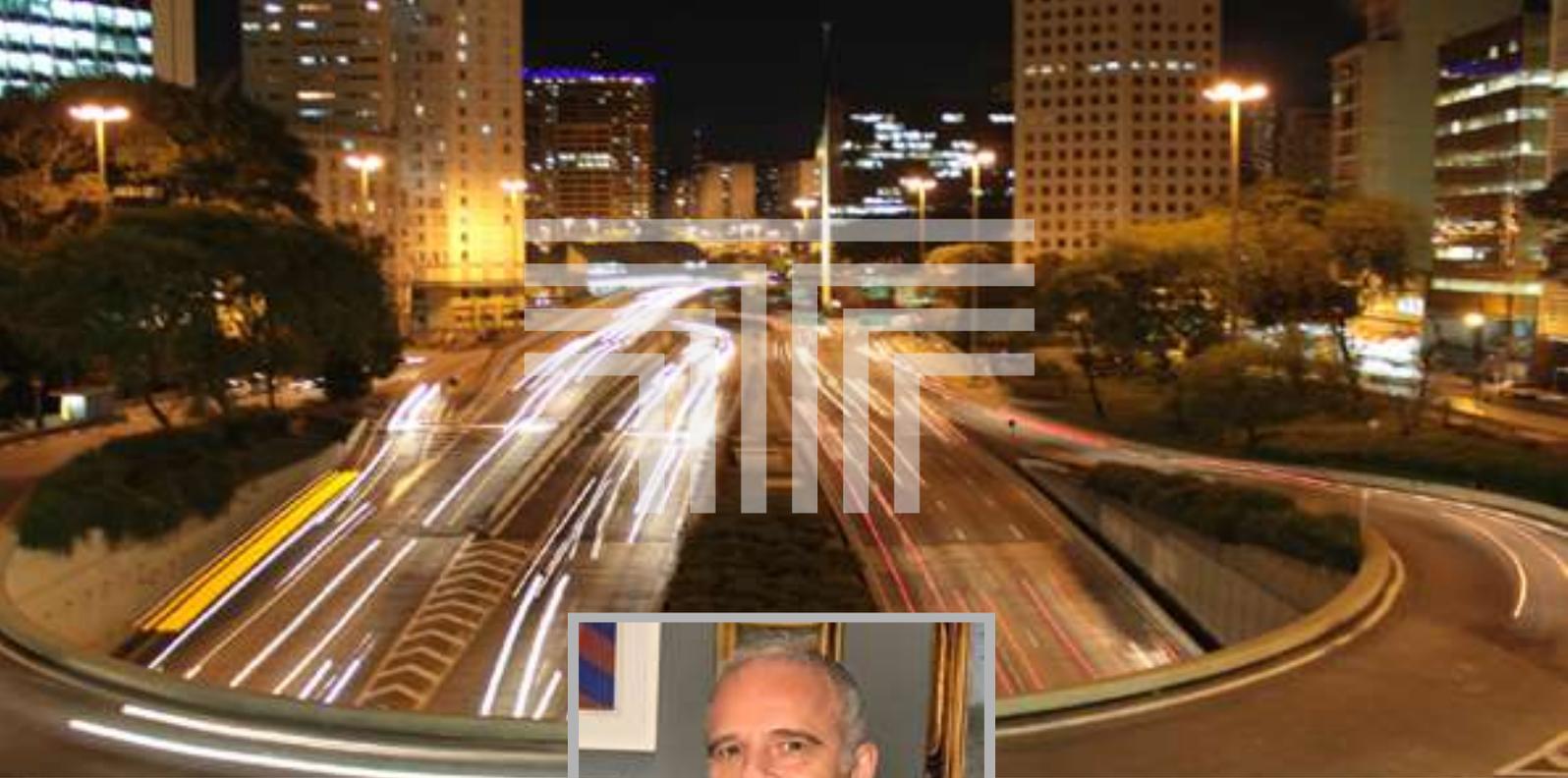
Para este año, el objetivo es trabajar más fuerte en integridad y ética, diversidad e inclusión, clima y energía. Además, la compañía sigue los estándares LGPD (Ley General de Protección de Datos) y cuenta con la consultoría de una firma de abogados para la protección de datos y compliance. En las acciones ambientales, la organización trabaja en la gestión de residuos y la eliminación correcta de los medicamentos.

También llevó a cabo el proyecto «Olhar pela vida», en la unidad del Eye Center Méier, que tenía como objetivo promover la salud ocular de los niños

desfavorecidos del Instituto Apontar. La empresa también cuenta con una metodología de trabajo donde las áreas se comunican de manera fácil e integrada, con líderes que participan activamente en reuniones llamadas Off-site, para la mejora continua de los procesos.

«Es muy importante, como grupo, estar al tanto de todos los detalles que nos posicionan estratégicamente en el mercado. Somos el grupo de oftalmología más grande de América Latina y necesitamos revisar cada día las acciones que hacen que nuestro progreso suceda. Seguiremos creciendo, no solo para nosotros mismos, sino para la prevención de la salud ocular para todas las personas», concluye.





MARCOS TAVARES LEITE

OAB/SP 95.253



TAVARESLEITE
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

Avenida Angélica, 546 - Salas 02/03
Cep 01228-000 - Santa Cecília - São Paulo - SP
Tel. 55 11 3037-7373 - Cel. 11 99455-2982

CONTRERAS SANTANA & ASOC.

Contreras Santana & Asoc. (CSA) es una empresa que brinda servicios de contabilidad, asesorías financieras y fiscal, auditorías financieras. En materia de prevención de lavado de activos, CSA ofrece preparación de manuales de cumplimiento, auditorías de cumplimiento, asesorías y acompañamientos. Las actividades están volcadas tanto al mercado financiero como a bancos, cooperativas, empresas comerciales, entre otros.

El socio gerente Gustavo Antonio Contreras de la Cruz explica que el trabajo comenzó en 2007, con una pequeña oficina en la ciudad de Maimón, Provincia Monseñor Nouel en la República Dominicana, con un mínimo de clientes. En ese momento, la empresa brindaba servicios de contabilidad y asesoría tributaria. Con el paso de los años, ese cuadro se fue ampliando.

Ese mismo año, en República Dominicana, se emitió el decreto 254-06 que creó los comprobantes fiscales como elementos de facturación para las empresas, modificando el sistema impositivo nacional. «CSA fue de las primeras empresas en ofrecer capacitaciones a las compañías sobre la nueva forma de tributar que trajo consigo los comprobantes fiscales, aumentando su cartera de clientes en más de un 400%», explica.

El director señala que CSA también ha implementado su sistema de control de calidad para las empresas de auditoría en la República Dominicana. Las pautas más importantes son la adhesión de la gerencia al código de ética, los programas de seguimiento, así como la documentación de las políticas y procedimientos de la empresa.



Gustavo Antonio enfatiza que el cuidado del planeta debe ser un compromiso de cada ser humano y de cada empresa. «El mundo es nuestro hogar», enfatiza. Destaca que el objetivo de cada organización es siempre generar riqueza, lograr el desarrollo económico sin afectar los tres pilares: protección del medio ambiente, desarrollo social y crecimiento económico.

«CSA está convencida de que se puede crecer de manera sostenible sin dañar nuestro planeta, es cuestión de amor, gratitud y solidaridad», afirma, citando también que la CSA ha llevado a cabo actividades relacionadas con el medio ambiente, como la limpieza de ríos en las afueras de la ciudad donde se encuentra.

«Actualmente, CSA está trabajando en la creación de un programa de cuidado al medio ambiente que incluye varias líneas de acción, por lo que todo representa un desafío, ya que hasta el momento se están realizando eventos y actividades que no son guiadas por una programación, sino por las necesidades del momento», explica.

La compañía también creó un programa de prácticas que recibe a estudiantes tanto universitarios como del liceo politécnico de la ciudad para que desarrollen una jornada laboral, que incluye un plan de capacitación combinado con prácticas desarrolladas día a día. El proyecto cuenta con recursos de contabilidad, auditoría, impuestos, liderazgo, entre otros.

Además, para mantener la satisfacción de sus clientes y proveedores, CSA en-

fatiza la capacitación, no solo intelectual sino también personal, ya que se fomenta la formación de líderes capaces de generar desarrollo y excelencia de manera holística. Gustavo Antonio también comenta que, como parte de sus actividades, implementó programas de cumplimiento en diferentes clientes.

El socio director concluye destacando que una buena gestión es de suma importancia, no solo para la reputación corporativa de CSA, sino para su identidad misma, ya que la buena gestión es parte de su visión. «Una buena gestión es la herramienta que CSA utiliza para agregar valor, a sus clientes, proveedores internos y externos. Por lo que indudablemente representa la medula espinal de su crecimiento», concluye.





Aponte a
câmera para
o QR Code



Educação Profissional para todo o Amazonas

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

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

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



cetam.am.gov.br



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



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



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



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



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

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

LABORATORIO GÜEMES

En el mercado desde 1974, Güemes es un Laboratorio de Análisis Clínicos de Media y Alta Complejidad y recurre a servicios sanitarios, como análisis para diagnóstico y seguimiento de diversas patologías. Con 60 colaboradores directos y cerca de 40 colaboradores indirectos, la empresa está ubicada en Argentina.

El Director Dr. Luis Lugo comenta que el laboratorio ha implementado un Programa de Calidad Total y, desde 2005, tiene como base una serie de directrices. Uno de ellos es la concentración en el cliente. Explica que la atención se centra en las personas que lo exigen.

«Son los clientes los que definen la calidad del servicio», enfatiza.

Otro punto es el liderazgo, ya que afecta a todos los directivos de la organización, siendo el equipo responsable. Además, se enumera el compromiso de los colaboradores, ya que no es posible aumentar la productividad sin el compromiso total de todos los colaboradores de la empresa.

«El personal debe comprender la política, misión y visión definidas. Su capacitación, es fundamental; además, deben contar con los recursos necesarios para realizar su trabajo de manera adecua-



Dr. Luis R. Lugo Director - Dra. Natalia C. Lugo Co-Directora
Ing. Mariano Lugo Gerente General



ada. Esto aumentará su compromiso para alcanzar las metas dentro de los plazos acordados», explica el Dr. Luis.

También en relación con el programa de Calidad Total, el director relaciona el enfoque de procesos, la mejora continua, el enfoque basado en hechos para la toma de decisiones y la comunicación efectiva. En vista de esto, destaca la satisfacción de los clientes internos y externos, ya que satisfacer sus necesidades es esencial para el éxito de la organización.

«Colaboradores descontentos pueden costarle a la empresa mucho dinero. Cuanto más infeliz es un colaborador, menos productivo resulta para la empresa y esto termina dañando el clima organizacional y crea un ambiente, desagradable para todos. Además, y como consecuencia, es necesario, contratar y capacitar a nuevos colaboradores, con la consiguiente inversión en tiempo y dinero», explica.

Aún en este contexto, se enfatiza la transparencia en los procesos, el reconocimiento del desempeño, la oportu-

nidad de crecimiento, el clima organizacional positivo, la capacitación y la tecnología para optimizar el trabajo, ya que la mayoría de los colaboradores dependen de algún tipo de tecnología en su rutina de trabajo.

«Muchas de las mejoras de una empresa provienen de los colaboradores. Pero esta creatividad, proactividad y com-

promiso no siempre encuentran oportunidades reales de crecimiento. Tener una trayectoria profesional clara, definida y alcanzable es parte de las necesidades del cliente interno. Saber que hay un camino a seguir aporta seguridad al colaborados», comenta.

El Dr. Luis llama la atención sobre la importancia de una buena gestión para la reputación corporativa. Señala que la aplicación de un programa de Calidad permitió al laboratorio generar mayor eficiencia, en sus procesos, en términos de calidad, tiempo y costo, así como estimular a los colaboradores que trabajan en la organización y ofrecer altos niveles de satisfacción del cliente.

«Los beneficios de la implementación de este programa se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo. Ahí radica la importancia de la implementación, más allá de que constituye un reto perfeccionar los procesos. ISO 9001:2015 es una marca global y su implementación brinda confianza y credibilidad a una empresa», concluye.



LABORATORIO DE ANALISIS BIOQUIMICOS

GUEMES

AC ALTA COMPLEJIDAD

Dr. Luis R. Lugo
Director



CALDAS ADVOCACIA

Caldas Advocacia es una firma de abogados que tiene como objetivo presentar soluciones empresariales e innovadoras, buscando agregar valor a las corporaciones, maximizar las ganancias, generar efectivo y garantizar la supervivencia y longevidad de los negocios. El trabajo de la firma comenzó en 2015, en la ciudad de Recife, en el estado de Pernambuco.

El socio fundador, Dr. Vinícius Caldas, explica que la firma se especializó, a lo largo de sus cinco años de operación, así como, junto con 10 años de experiencia del equipo, en la atención a clientes en el mercado middle corpo-

rate, con ingresos anuales de alrededor de R\$ 200 millones por empresa.

Para ello, Caldas Advocacia ha implementado un departamento de controloría legal para garantizar la calidad de los productos ofrecidos en el mercado y la estandarización de sus partes procesales, además de garantizar la satisfacción del cliente. «Esto, para que toda la información llegue a los clientes de manera rápida y eficiente, ayudando a sus procesos de toma de decisiones», afirma.

Otra inversión es en el departamento de Tecnología de la Información para





el desarrollo de su propio software, que aporta velocidad y calidad a los servicios. «Hoy, nuestro principal desafío es tratar de unir la velocidad de investigación y desarrollo, nuevas ideas, nuevas tesis legales, nuevas estrategias para servir a los clientes», garantiza.

El socio resalta el compromiso con el desarrollo sostenible, tanto de la corporación como de los clientes. Esto siempre está fomentando el uso de energías renovables, reduciendo la emisión de contaminantes o agentes contaminantes, como los supermercados que no utilizan bolsas de plástico o biodegradables.

«Nuestro mayor desempeño es el desarrollo social, dando oportunidades a

profesionales que vienen de realidades difíciles, para ayudarlos en su desarrollo y el de su familia», resalta, comentando también que fomentan a los colaboradores con respecto a la práctica de la reducción del consumo de electricidad, la reutilización del papel y el uso de energía limpia y renovable.

El Dr. Vinícius Caldas explica que Caldas Advocacia adopta las mejores prácticas para que los proveedores externos e internos puedan realizar sus actividades en su totalidad, rodeados de un ambiente amigable, y que puedan reunir un alto índice de desarrollo y competitividad interna, especialmente la satisfacción de los colaboradores cuando se insertan en el ambiente laboral.

En lo que respecta a los clientes, el despacho busca, primero, enfocarse en los resultados. «Después de todo, nuestro lema consiste en “los resultados importan”. Y estos resultados provienen de victorias judiciales, planificación estratégica sólida, apoyo en decisiones estratégicas, inversión e incentivo sostenible, buscando siempre entregar lo más innovador del mercado», señala.

Caldas Advocacia tiene en su cultura la pauta de actuar con absoluta transparencia y exención. Esta cultura de transparencia ya ha traído casos exitosos a la oficina. «Una postura alineada con el cumplimiento de las leyes, exenta, sin ninguna interferencia interpersonal, se está estructurando

en las relaciones profesionales y en la búsqueda del mejor resultado para el cliente», subraya.

El Dr. Vinícius Caldas resume que la firma ha mantenido su compromiso con la buena gestión desde sus inicios y concluye: «Esto fue lo que impactó directamente en el vertiginoso emprendimiento Caldas Advocacia, que trae consigo una visión de mercado regional, referente de buena gestión, calidad en sus procesos internos y eficiencia en la búsqueda de resultados».






LOPESAN
COSTA BÁVARO
RESORT, SPA & CASINO
BÁVARO - PUNTA CANA - REP. DOMINICANA

TODO LO QUE MERECE EN PUNTA CANA

Lopesan Costa Bávaro Resort, Spa & Casino



lopesancostabavaro.com



MOBI LOGÍSTICA

Mobi Logística es mucho más que una empresa de entregas, es una experiencia logística inteligente basada en una planificación realista y efectiva, soporte tecnológico moderno, alineación, control y optimización de todas las etapas del flujo logístico, identificación y prevención de fallas y reducción de costos operativos.

El director de Relaciones y Negocios, Paulo Lozano, explica que la corporación tiene como socios principales: fin-techs, bancos tradicionales, startups y e-commerces que buscan ofrecer la mejor experiencia a sus clientes. Señala

que, en este mercado, donde el tiempo es dinero, mantener un pilar de calidad con una estructura tecnológica es uno de los desafíos diarios.

A su vez, Mobi Logística supera las adversidades de romper a nivel nacional con constancia, además de estar comprometida con clientes y grupos de interés. Para ello, cuenta con un programa de mejora continua, liderado por directivos coautores de la historia de la empresa, ya que la organización se compromete a proporcionar la participación activa de los grupos de interés.



«Las principales directrices se centran en la gestión de procesos, la calidad en la experiencia del cliente, la optimización de recursos, la responsabilidad social y ambiental y la gestión del cumplimiento», comenta Paulo Lozano sobre el programa. Los principales desafíos se basan en el flujo de intersección entre las áreas, con el fin de lograr un propósito común: la calidad de los servicios.

Mobi pretende, en dos años, revertir el 90% de la suma utilizada en la operación para fines sostenibles, capacitar a los colaboradores, establecer alianzas con empresas de energía limpia y, en el futuro, migrar a combustible con menor impacto en los recursos disponibles. La organización también tiene un plan de acción que se divide en sectores, pero con el mismo propósito.

Paulo Lozano explica que, al comienzo de la etapa de producción, se utilizan insumos de origen reciclable, lo que alienta a los colaboradores a seguir los procesos de separación de materiales. Los vehículos son higienizados con lavado ecológico, monitoreados con supervisión preventiva, con el objetivo de reducir las emisiones al medio ambiente.

También está el proyecto Biker Mober, que consiste en bicicletas que realizan parte de las entregas de forma sostenible, emitiendo menos CO2 y ahorrando combustible. En el área de Responsabilidad Social, el director de Relaciones y Negocios destaca el plan de carrera estructurado, en el que se contratan colaboradores de la comunidad local.

El empleado comienza en una posición de entrada y recibe orientación con

respecto a los pasos de su trabajo. De acuerdo con el desempeño, adquiere la posibilidad de transferir áreas, puestos y aprendizaje continuo. «Dar oportunidades a las personas de nuestra comunidad es una forma de retribución por los recursos que explotamos de nuestro entorno», afirma.

Mobi también avanza en la construcción de lazos perennes, con implementación de Compliance aliado al área de prevención de riesgos. Destaca que dicho sistema tiene el rol de auditar y generar un programa interno de integridad, construyendo una política de veracidad e idoneidad, cumpliendo con las normas legales reguladas, políticas y lineamientos establecidos.

Paulo Lozano cree que no hay evolución y competencia sin gestión. «Para ello, Mobi utiliza indicadores que ayudan a la toma de decisiones de sus gerentes, los cuales están orientados a resultados efectivos en la toma de decisiones. Estos gestores pasan por procesos recurrentes de reciclaje y capacitación, así como evaluaciones 360°, basadas en metodologías, como por ejemplo DISC», concluye.



Bem-vindo a Nevoli Telecom



Nossa missão é aproximar pessoas garantindo qualidade na conexão, estabilidade, segurança, solidez e precisão através de alta tecnologia; fornecendo um atendimento com excelência em todas as áreas da empresa. Além de atuar com responsabilidade social permitindo a comunicação e integração de nossos clientes com o mundo.

18

A N O S

Um história feita por gente de fibra.



A melhor internet da região.

**100%
FIBRA
ÓPTICA**

**WI-FI
PREMIUM**

**PLANOS
DE ATÉ
680
MEGAS**

☎️ 📞 91 3311-0030
0800 770 1386

www.nevolitelecom.com.br


NEVOLI[®]
A INTERNET QUE APROXIMA



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 260

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG