



QUALITY

MAGAZINE

TEMA: ODS 5: ALCANÇAR A IGUALDADE DE GÊNERO IMPACTANDO NA SOCIEDADE

NOTA CENTRAL

OURO FINO: HÁ MAIS DE CEM ANOS ENVASANDO ÁGUA, CUIDANDO DA NATUREZA E EMPODERANDO MULHERES

LIC. LOURDES SILVA

GERENTE DE RH E JURÍDICO NA ÁGUAS OURO FINO

IGUALDADE DE GÊNEROS - UMA ÊNFASE À IMPORTÂNCIA E À LUTA FEMININA

Lic. Adriana C. V. BRANDALISE

ODS5: ALCANÇAR A IGUALDADE DE GÊNERO IMPACTANDO NA SOCIEDADE

Lic. Ana Cristina Campelo De Lemos Santos

EMPODERAMENTO, IGUALDADE E JUSTIÇA ENTRE GÊNEROS

Lic. Cledson Bernardo

EMPODERAMENTO DA MULHER E AUMENTO DO FEMINICÍDIO

Lic. Mariana Vilela

CADA UM DEVE FAZER SUA PARTE PARA O CUMPRIMENTO DO ODS 5

Lic. Hector Ayala



+12

PERFIS EMPRESARIAIS

04

PALAVRAS DO PRESIDENTE

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC

08

IGUALDADE DE GÊNEROS - UMA ÊNFASE À IMPORTÂNCIA E À LUTA FEMININA

LIC. ADRIANA C. V. BRANDALISE

10

ODS5: ALCANÇAR A IGUALDADE DE GÊNERO IMPACTANDO NA SOCIEDADE

LIC. ANA CRISTINA CAMPELO DE LEMOS SANTOS

16

EMPODERAMENTO, IGUALDADE E JUSTIÇA ENTRE GÊNEROS

LIC. CLEDSON BERNARDO

18

EMPODERAMENTO DA MULHER E O AUMENTO DO FEMINICÍDIO

LIC. MARIANA VILELA

20

NOVAS PROVOCAÇÕES NOVAS EMPRESAS

LIC. NANCY VARGAS

24

CADA UM DEVE FAZER SUA PARTE PARA O CUMPRIMENTO DO ODS 5

LIC. HECTOR AYALA

28

NOTA CENTRAL

26

OURO FINO: HÁ MAIS DE CEM ANOS ENVASANDO ÁGUA, CUIDANDO DA NATUREZA E EMPODERANDO MULHERES

32

REPORTAGENS

34

RESPEITO, EXPERTISE & CONFIANÇA

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA

38

NOTÍCIAS DE QUALIDADE, VERDADEIRAS E EXCLUSIVAS

PORTAL DO GENEROSO

40

COMPROMETIDO COM O ODS 5, APOIANDO A EDUCAÇÃO EM SEU PROJETO DE RSE

CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA

46

O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DEVE PROMOVER A ADOÇÃO DE UMA VISÃO ESTRATÉGICA

FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL “FUNCIPRO” E ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA “FUNCIPRO” SRL

50

SUA PRINCIPAL FORÇA É FORNECER UM BOM SUPORTE TÉCNICO E DENTRO DO PRAZO

PERU ENGINES S.A.C.

52

UM SONHO DE CUIDAR QUE SE TORNOU REALIDADE, “EU NÃO ESCOLHI NEUROPEDIATRIA, FOI ELA QUE ME ESCOLHEU”, CITA FERNANDA SILVA CUSTÓDIO

CLÍNICA REIKILIBRE

56

PRESENÇA NO MERCADO PARA TRABALHAR COM DIFERENCIAL

CINTIA SOUZA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

60

ALCANÇAR O SUCESSO COM OS CLIENTES É ALGO QUE COMEÇA COM OS FUNCIONARIOS

LEADSOLUTION

66

JUNTOS SEMPRE SOMOS MAIS FORTES

GUINO E MOTTA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

68

PROMOVENDO AÇÕES DE BEM ESTAR E ENDOMARKETING

KAPA PAVIMENTAÇÃO

70

INVESTINDO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA, PREZANDO PELO BEM DAS PESSOAS.

PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS LTDA

74

A REINTEGRAÇÃO SOCIAL SEU GRANDE PROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

GRUPO CALA PERÚ

ÍNDICE

PALAVRAS DO PRESIDENTE

Bem-vindo à edição 225 da nossa Quality Magazine!

É sempre um prazer escrever para vocês. Nesta edição de março, celebramos amplamente o Dia Internacional da Mulher e trazemos um assunto importante como eixo temático; ODS 5: Alcançar a igualdade de gênero impactando na sociedade. Sabemos que o assunto impacta a todos os países membros de LAQI e desejamos desde este espaço contribuir com conteúdo de qualidade para enriquecer a percepção sobre o assunto.

Queremos que nossos #LAQInoamericanos estejam sempre engajados, informados, treinados e com informações relevantes em mãos para liderar a mudança.

Também durante o mês de março começamos a lidar com a Pandemia de Coronavírus a qual está impactando fortemente os países da região assim como a comunidade empresarial. Sabemos que nossos membros estão amplamente informados sobre a situação, [no entanto queremos colaborar e criamos nosso próprio blog sobre o assunto](#). Recomendamos sempre buscar informação em meios oficiais e o isolamento social como forma de impedir a propagação do vírus e evitar o colapso dos sistemas de saúde.

Nesta edição preparamos o perfil de 12 membros da nossa Organização que estão muito comprometidos com o modelo de Responsabilidade Total de LAQI. É nosso orgulho apresentá-los à nossa comunidade de membros e observar o compromisso público de cada um deles.

Comparto o nosso [Relatório Quality Summit 2019](#). Através deste precioso documento nossos #LAQInoamericanos e toda a comunidade empresarial da América Latina poderá conhecer mais sobre este conjunto de eventos realizados em 10 países e que alcançou a mais de 2500 principais executivos de empresas de 15 países. São mais de 170 páginas de um conteúdo especialmente feito para cada um de vocês.

Me despeço não sem antes de expressar minha mais profunda estima e gratidão a cada um de vocês #LAQInoamericanos.

Até breve!

Um fraterno abraço,

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



DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC
FOUNDER & CEO
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

DIRETOR GERAL
QUALITY MAGAZINE

LIC. JUAN LUIS CORREA
jlcorrea@laqi.org

EDITOR

LIC. LILIANA ROA
liliana@laqi.org

EDITOR DE ARTE

LIC. THIAGO MONTANARI
thiago@laqi.org



SOCIEDAD
INTERAMERICANA
DE PRENSA



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

Estimados LAQInoamericanos
Los invitamos a ser los ojos de alguien más uniéndonos a la campaña de accesibilidad de contenidos para deficientes visuales usando los hashtags #ParaCiegoVer y #PraCegoVer

#ParaCiegoVer



Prezados LAQInoamericanos
Convidamos você a ser o olhar de outra pessoa participando da campanha de acessibilidade ao conteúdo para deficientes visuais usando as hashtags #ParaCiegoVer e #PraCegoVer

#PraCegoVer



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

Estamos tomando esta iniciativa em momentos excepcionais, dados os terribles impactos de COVID-19 em las comunidades y economías de todo el mundo. La urgente necesidad de responder a esta crisis es precisamente la prioridad.

La Calidad Total, la Sostenibilidad, la Ética y el Cambio Climático y sus impactos significativos y crecientes en nuestra vida diaria siguen siendo una amenaza existencial y una crisis urgente en sí misma. Exigen una acción colectiva global sin precedentes entre todos los segmentos de la sociedad en los años y décadas venideros. Mientras hagamos nuestro mejor esfuerzo para continuar nuestro trabajo, le deseamos salud y bienestar en este momento tan desafiante.

¡Mantente a salvo!

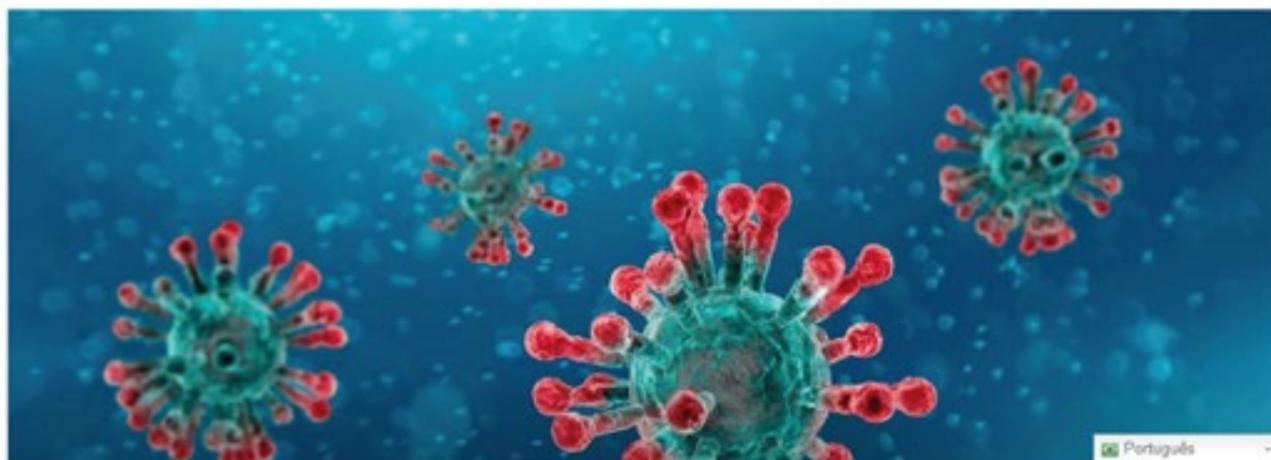
www.laqi.org/coronavirus

LAQI / COVID-19

COMPROMETIDA COM INFORMAÇÕES VERDADEIRAS



NOTÍCIAS LINKS DE INTERESSE CONTACT



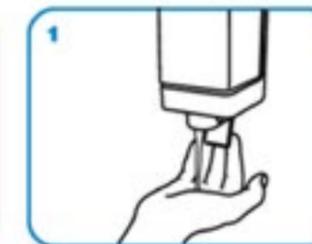
Português

Como lavar as mãos?

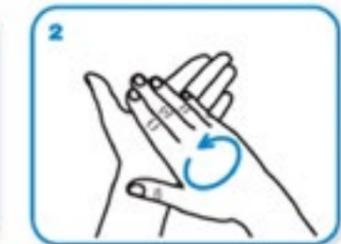
Duração de todo procedimento: 40-60 segundos



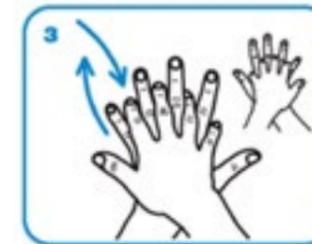
0. Lave as mãos com água.



1. Coloque o sabonete.



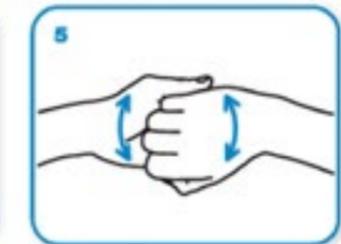
2. Com movimentos circulares, esfregue a palma das mãos.



3. Depois, esfregue a parte interna dos dedos com movimentos verticais.



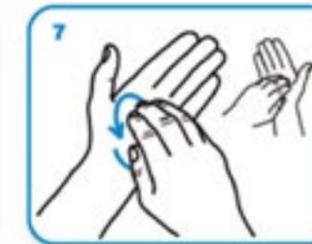
4. Junte as mãos e entrelace os dedos para frente e para trás.



5. Em seguida, feche as mãos e esfregue uma na outra com movimentos verticais.



6. Aperte o dedão com uma das mãos e faça movimentos para frente e para trás.



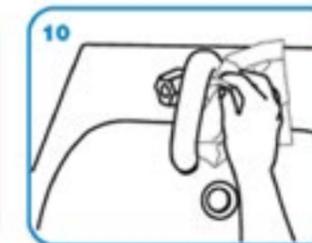
7. Faça movimentos circulares na palma de uma das mãos.



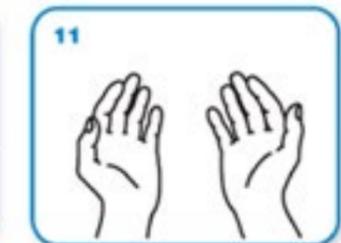
8. Lave as mãos com água.



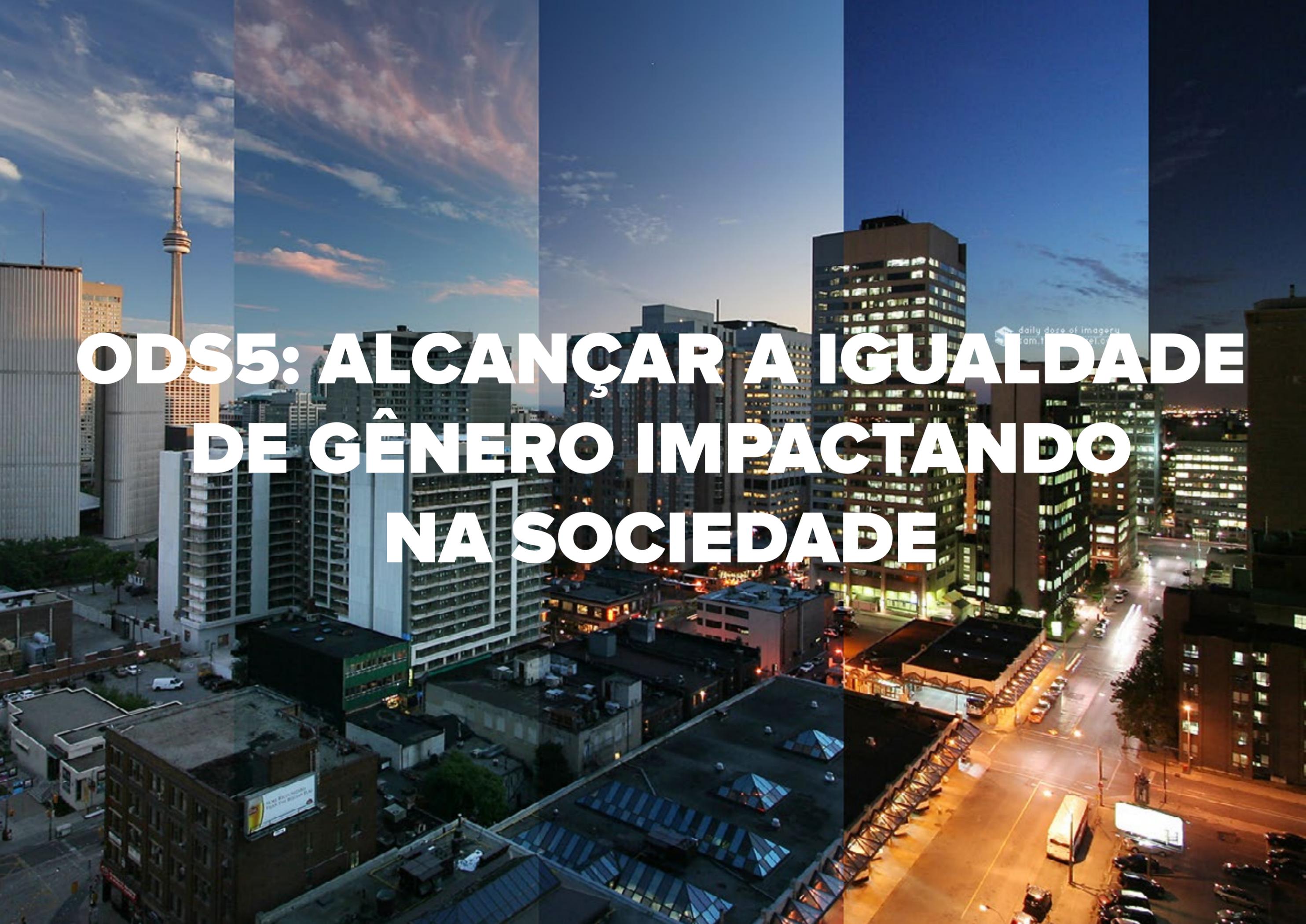
9. Enxugue bem com uma folha de papel.



10. Use uma toalha de papel para desligar a água.



11. Pronto, agora suas mãos estão limpinhas!

An aerial photograph of a city at dusk. The sky is a deep blue with some light clouds. The city is illuminated by streetlights and building lights. The CN Tower is visible on the left side of the image. The text "ODS5: ALCANÇAR A IGUALDADE DE GÊNERO IMPACTANDO NA SOCIEDADE" is overlaid in the center in white, bold, sans-serif font. There is a small watermark "daily dose of imagery" in the upper right area.

**ODS5: ALCANÇAR A IGUALDADE
DE GÊNERO IMPACTANDO
NA SOCIEDADE**

Igualdade de Gêneros - Uma ênfase à importância e à luta feminina

A ACVB ADVOCACIA trabalha ao longo dos anos buscando a justiça social para todos os gêneros. Capacita sua equipe com diversos profissionais ligados ao ramo do Direito Social, conjuntamente com profissionais que cuidam da segurança do trabalho e da contabilidade que imprescindivelmente administram o escritório. Nosso escritório é formado por profissionais de ambos os sexos.

Nosso foco é baseado no melhor atendimento e, nesse contexto, no melhor benefício aos nossos clientes dentro da nossa área, a Previdência Social. Baseamo-nos na Responsabilidade Social, na Ética Profissional, em um Código de Conduta de Atendimento a diversos perfis de clientes, bem como na qualificação dos profissionais para um melhor contexto e resultados.

Quando eu, Adriana Carvalho Vieira Brandalise, fui convidada a escrever sobre o tema, a surpresa foi imensa, pois o assunto que se refere ao 5º objetivo do ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável), que nos transcende à igualdade de gêneros, foi o tema base de duas monografias de minha autoria (uma no Bacharelado em Direito e outra na especialização de História do Brasil).

Assim, deixo um breve resumo da luta do sexo "frágil" que continua e continuará alicerçando a sociedade em que vive.

A mulher, ao longo dos anos, busca seu papel diante uma sociedade patriarcal que, por força de vários movimentos, vem modificando seu modo de ver a mulher como um todo e a sua força perante o trabalho, a

cultura, a economia e a sociedade.

Algumas coisas já são tão comuns no nosso dia a dia que nem chegamos a prestar muita atenção ou paramos para pensar no assunto. Ir à universidade, votar ou simplesmente ter direito a um benefício do INSS, como pedir auxílio-maternidade por adoção, por exemplo, são direitos femininos atuais, que foram arduamente conquistados ao longo dos anos. Foi necessária muita luta e a ação de mulheres fortes e de caráter inigualável para essas conquistas.

A primeira base foi o lançamento da Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã por Marie Gouze. Ela desejava que as mulheres tivessem os mesmos direitos e deveres que os homens. O panfleto Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã, escrito em 1791, chamava as mulheres para agirem. No entanto, em 1793, Olympe (Marie Gouze) foi guilhotinada por questionar os valores da época.

No Brasil, as meninas conquistaram o direito de estudar além do primário (atual Ensino Fundamental 1) em 1827, tendo em seu currículo diferença de conteúdos em relação aos homens. Em 1879, elas ganharam finalmente o direito de cursar uma faculdade. O acesso à educação é um dos principais recursos para emancipação das mulheres, antes relegadas à esfera doméstica.

A conquista do voto feminino no Brasil ocorreu em 1932 e apenas algumas mulheres ganharam o direito de votar. Na época, apenas mulheres autorizadas pelos maridos,

viúvas ou solteiras podiam ir às urnas. A principal referência desta luta é a bióloga Bertha Lutz, uma das fundadoras do Partido Republicano Feminino. Ela afirmava que votar não era um privilégio, e sim uma obrigação, e que não deveria haver distinção de gênero.

Desde 1937, mulheres eram proibidas de praticar atividades como lutas, futebol, polo e beisebol. As regras só mudaram em 1965. Em 1945, a Carta das Nações Unidas reconhece o direito à igualdade entre homens e mulheres.

A criação da pílula anticoncepcional em 1961 foi uma conquista de Margaret Sanger, enfermeira e sexóloga, atualmente considerada como a criadora do termo "controle de natalidade". Margaret acreditava que as mulheres não teriam os mesmos direitos que os homens enquanto não fossem livres sexualmente. Ela queria que fosse possível uma mulher ter controle do seu corpo, decidindo se queria ou não ter filhos.

Logo após a inserção da mulher no mercado de trabalho – com a autorização de seu marido (até 1962), os direitos trabalhistas não contemplavam suas condições especiais. Com a implementação e aperfeiçoamento da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), hoje a mulher tem direito a igualdade salarial, licença-maternidade e garantia de emprego durante a gestação. Aqui deixo algumas reticências para o leitor pensar...

Foi somente no final da década de 70, precisamente em 1977, que a dissolução de casamento se tornou uma realidade. Tratava-se de uma reivindicação do movimento feminista e que causou muita controvérsia na época. Até então, as pessoas casadas continuavam com um vínculo jurídico até o fim de suas vidas. Até essa data, a separação ou o

desquite só eram autorizados em casos de adultério, tentativa de morte, injúria grave ou abandono voluntário do lar. Era possível fazer o pedido de "desquite", mas o vínculo matrimonial permanecia. A Lei do Divórcio possibilitou de que as pessoas pudessem se casar novamente. E apenas a Constituição de 1988 trouxe o direito ao indivíduo poder se casar e divorciar quantas vezes quisesse.

Até 1988, a família era caracterizada pelo casamento entre um homem e uma mulher e seus filhos. Com a nova Constituição, ela deixa de ser aceita apenas pela união matrimonial e passa a abranger outros arranjos, como mães solteiras e uniões homoafetivas. Em 2002, o Código Civil Brasileiro, conforme art. 1565 § 1º, concede o direito à mulher de usar ou não o sobrenome do marido, sendo que esse caso se estende também ao homem. Até 2003, apenas o homem era o responsável pela família. Com a redação do novo Código Civil, o poder familiar passa a ser do marido e da esposa.

Em 2003 as mães adotivas têm direito ao salário-maternidade, mesmo em casos de adoção, conforme estabelecido pela Medida Provisória 619/2013. Com base na analogia e na igualdade de direitos entre homens e mulheres estabelecidos pelo inciso I do art. 5º da Constituição Federal, a jurisprudência entende que a pessoa adotante (sexo masculino) que pleitear e obtiver a guarda judicial, também terá direito à licença-maternidade nos termos da lei.

Em 2006 foi criada a Lei Maria da Penha, reconhecida pela ONU como a terceira melhor lei do mundo. Foi a partir da sua criação que a violência contra a mulher, seja doméstica ou intrafamiliar, passou a contar com penas mais rigorosas aos agressores.



LIC. ADRIANA C. V. BRANDALISE

ADVOGADA EM ACVB ADVOCACIA PREVIDENCIÁRIA E TRABALHISTA

Em 2015, foi sancionada, pela então Presidente brasileira Dilma Rousseff, a Lei do Feminicídio, tornando hediondo o assassinato de mulheres por causa de discriminação de gênero ou em virtude de violência doméstica. A lei trouxe uma alteração para o Código Penal, prevendo a ação como homicídio qualificado. O tempo da pena pode ser maior em alguns casos específicos, como feminicídio ocorrido contra menores de 14 anos, pessoas idosas, gestantes ou mulheres no trimestre posterior ao parto. Essa lei veio para que sejam tomadas medidas mais rigorosas quanto ao alto índice de violência contra a mulher no Brasil.

Assim, vemos que, no passar dos anos, várias medidas foram tomadas. Algumas são cumpridas, outras não e outras, ainda, a legislação, a sociedade e a cultura terão que modificar. Sabemos que a divisão de tarefas doméstica, do cuidado com os filhos, não é igualitária, que existem muitas mulheres criando filhos sozinhas e de cabeça cada vez mais erguida. É necessário o fim do sexismo na escola, no trabalho e na sociedade como um todo (o mundo não é dividido entre homens e mulheres, ele é paritário).

Sabemos que a equiparação salarial não é igualitária. Há casos de 20% (vinte por cento) podendo chegar a 30% (trinta por cento) a menos de renda somente por ser do sexo feminino.

E principalmente temos que primar por uma sociedade que estude, que lute e que busque o fim da violência doméstica, com o fim do preconceito de gênero e com o total respeito à capacitação intelectual da mulher. Esse é o empoderamento que toda mulher, toda menina deve ter.

Dessa forma, a Responsabilidade Social e a forma como tratamos com respeito o ser humano fazem com que o trabalho desempenhado por nosso escritório seja de maneira igualitária a todo ser humano que

vem em busca de nossos serviços, sejam eles mulheres, homens, deficientes físicos, transgêneros ou mesmo menores incapazes representados por um ente familiar, independentemente de cor, raça ou sexo. Essa Responsabilidade Social é um tema de extrema relevância que nos faz modificar nossas maneiras de pensar e de trabalhar, além de todo dia exigir a nossa adequação às mudanças do mercado de trabalho, às mudanças provindas por leis, para finalmente ter êxito, respeito e comprometimento dentro da sociedade atual, conforme as suas mudanças sociais, políticas, econômicas e principalmente reais.

Referências Bibliográficas:

ALMEIDA, J. S. de. Mulher e educação a paixão pelo possível. São Paulo: UNESP, 1988.

ALVES, P. Kant e o feminismo. In: FERREIRA, M. L. R. O que pensam os filósofos sobre as mulheres. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 1988.

PERROT, Michelle. Os Excluídos da História, Operários, Mulheres e Prisioneiros. Tradução de Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

PRIORE, M. D. (org.) História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2006

FARAH, Marta Ferreira Santos. Gênero e políticas públicas. In.: Estudos Feministas, Florianópolis, 12(1): 47-71, janeiro-abril/2004

PINTO, Celi Regina Jardim. Uma história do feminismo no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003

Constituição Federal 1988
Código Civil Brasileiro de 1916 e de 2002.

O QUE TE IMPEDE DE ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS?



TÂNIA ZAMBON,
COACH DE EQUIPES
N° 1 DO BRASIL
PELO RANKBRASIL RECORDES

Tânia Zambon é empresária, autora de 6 livros, estrategista de negócios e gestão empresarial, além de Master Coach e autoridade em comportamento humano no Brasil, e já transformou a vida de mais de 500 mil pessoas em todo mundo.

O Instituto Tânia Zambon tem sedes em Gramado/RS e Rio de Janeiro/RJ com escritórios em Portugal e nos Estados Unidos.

CONHEÇA OS PRINCIPAIS TREINAMENTOS:

- Coaching Executive Business (Gestão empresarial e de pessoas)
- PNT InPulse (Técnicas de PNL)
- Universidade de Negócios
 - Celebration Power Life (Desenvolvimento pessoal)
 - Master Coach Business

Leader Training Experience
LISBOA



Coaching Executive Business
LONDRINA



PNT InPulse
GRAMADO



Master Coach Business
ORLANDO



Celebration Power Life
RIO DE JANEIRO



Universidade de Negócios
VALE DO SILÍCIO



Tânia Zambon
O MUNDO INTEIRO EM SUAS MÃOS

f /TaniaZambonOficial @ /taniazambonoficial v /taniazambon
in /company/taniazambon in /in/taniazambon t (54) 3905.3800
✉ contato@taniazambon.com www.taniazambon.com

ODS5: Alcançar a igualdade de gênero impactando na sociedade

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas: este é o 5º dos 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). A meta faz parte do compromisso assumido por 193 países durante a cúpula das Nações Unidas, realizada em 2015. Nela, foram definidos, além dos objetivos, 169 metas para se alcançar o desenvolvimento sustentável do mundo até 2030.

Igualdade de gênero significa que homens e mulheres devem ter os mesmos direitos e deveres. Também conhecida como igualdade sexual, esta é considerada a base para a construção de uma sociedade livre de preconceitos e discriminações, e para a existência de um mundo mais pacífico e próspero, com equidade de oportunidades. E a busca para alcançar tudo isso inclui o combate expresso a problemas como exploração sexual e práticas como casamentos forçados e prematuros e mutilação genital.

Mas a realidade ainda está longe deste ideal. Na África Subsaariana, Oceania e Ásia Ocidental, meninas ainda enfrentam barreiras para entrar, tanto na escola primária quanto na escola secundária. Mulheres na África do Norte ocupam menos de um a cada cinco empregos pagos em setores que não sejam a agricultura.

No Brasil, pesquisas apontam que seguimos sendo um dos países cuja igualdade de gênero possui maior defasagem no mundo. O 'Relatório sobre Desenvolvimento Humano', levantado pelas Nações Unidas em 2017, mostra que em nosso país as condições de vida para o sexo feminino não são favoráveis. Elas recebem cerca de 25% a menos do que os homens em trabalhos semelhan-

tes aos deles.

Outro ponto defendido pela ONU é a necessidade de garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública. Hoje, embora haja uma participação mais efetiva, a representatividade ainda está longe do ideal em todo o mundo e, ainda mais no Brasil.

Pouca representatividade política

Segundo o Mapa Mulheres na Política 2019, um relatório da ONU e da União Interparlamentar, no ranking de representatividade feminina no Parlamento, o Brasil ocupa a posição 134 de 193 países pesquisados, com 15% de participação de mulheres. São 77 deputadas em um total de 513 cadeiras na Câmara, e somente 12 senadoras entre os 81 eleitos.

Uma campanha do TSE (Tribunal Superior Eleitoral) veiculada durante o mês de março em todo o território brasileiro busca incentivar as mulheres a participarem da vida política e se candidatarem a cargos públicos. A ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damara Alves, informou que o governo federal vai lançar uma campanha, nos mesmos moldes do TSE. O objetivo é todas as cidades tenham ao menos uma vereadora, pois cerca de 1,4 mil municípios do Brasil não têm uma mulher na câmara.

No quesito violência, as mulheres também repetem a lógica da desigualdade. Relatório divulgado em 4 de março pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF),

Plan International e ONU Mulheres mostra que a violência contra mulheres e meninas ainda é frequente no mundo. Em 2016, mulheres e meninas representavam 70% das vítimas de tráfico de pessoas, a maioria para exploração sexual. No mesmo ano, uma em cada 20 meninas de 15 a 19 anos – cerca de 13 milhões – foi vítima de estupro.

No Brasil, de acordo com levantamento do SUS (Sistema Único de Saúde), a cada 7 minutos é registrada uma denúncia de violência contra a mulher. Pesquisas apontam que o Brasil é o 5º país com maior número de feminicídios no mundo. Informações do Sistema de Ouvidoria Nacional e Direitos Humanos revelam que houve um total de 46.510 denúncias no último semestre do ano de 2019. A diretora-executiva do UNICEF, Henrietta Fore lembrou que há 25 anos os governos do mundo se comprometeram com mulheres e meninas, mas apenas cumpriram parcialmente aquela promessa. "Embora o mundo tenha reunido a vontade política para enviar muitas meninas para a escola, falhou de forma lamentável ao não lhes fornecer as habilidades e a ajuda de que precisam para não só decidir seu próprio futuro, mas também para viver em segurança e com dignidade", declarou.

Transformações longe do ideal

O fato é que, apesar de tantos esforços mundiais, muito ainda há que ser feito. De acordo com o ranking da ONU, nenhum país no mundo terá alcançado a igualdade entre os gêneros até 2030. Mesmo entre os líde-

res da avaliação, as nações nórdicas, nenhum alcançará as metas previstas em 14 dos 17 objetivos da ONU.

Entre os 129 países que compuseram o ranking, o Brasil ficou em 77º lugar na América Latina, atrás do Uruguai (32º), Chile (39º), Costa Rica (44º), Argentina (47º), Paraguai (55º), Colômbia (57º), Equador (58º), Panamá (63º), México (64º), Peru (66º) e Bolívia (68º).

"Mas, com apenas 10 anos até o prazo final para os resultados, nosso ranking estima que nenhum desses países está transformando suas leis, políticas e orçamento público na escala necessária para alcançar a igualdade de gênero até 2030", explicou Alison Holder, diretora do Medidas Igualitárias 2030 (Equal Measures 2030), uma associação da ONU com o setor privado.

Ou seja, apesar dos esforços e avanços mundiais, há ainda muito o que ser feito para que as mulheres e meninas em nível mundial tenham alcançado igualdade de direitos, participação econômica e política para que se construa um mundo mais justo e sustentável.



ANA CRISTINA CAMPELO DE LEMOS SANTOS

ADVOGADA

Empoderamento, igualdade e justiça entre gêneros

Para termos igualdade de gênero hoje temos que promover os princípios de empoderamento das mulheres, tratando todos os colaboradores de maneira justa.

Para quem acha que o empoderamento feminino é um clichê ou algo que diz respeito apenas às mulheres, eu digo: trate o ser humano com justiça e igualdade e não precisamos falar sobre isso no trabalho, nas ruas, na sociedade!

Talvez no futuro não seja mais preciso tocarmos nesse tema, mas hoje se faz necessário um entendimento maior sobre o que isso de fato representa, sobretudo para as empresas. A grande maioria declara que não existe preconceito contra a mulher, mas os fatos revelam uma realidade bem diferente.

Ter uma força de trabalho diversificada, com diferentes experiências e habilidades, melhora os resultados da empresa. Esse fato já foi amplamente comprovado por diversos estudos. No entanto, precisamos ainda educar as empresas para que elas, na prática, deem oportunidades iguais aos gêneros e adotem uma política mais justa a todos os seres humanos.

Para isso, sugiro algumas ações:

Estabeleça metas para a diversidade de gênero

O empoderamento das mulheres na força de trabalho não acontece apenas com a contratação de mais mulheres. Na realidade brasileira, hoje, quase metade dos empregos iniciantes são preenchidos por mulheres. É durante as promoções para cargos mais

altos que as mulheres são constantemente deixadas para trás.

Se analisarmos apenas no cargo de gerência, o percentual de mulheres revela que a balança não está equilibrada:

38% dos gerentes são mulheres.
34% dos gerentes ou diretores seniores são mulheres.
29% dos vice-presidentes são mulheres.
23% dos vice-presidentes seniores são mulheres.
22% dos executivos de nível C são mulheres.

Para melhorar a posição das mulheres nas empresas, o primeiro passo é estabelecer uma meta para aumentar a diversidade de gênero e continuar definindo essas metas até alcançar a paridade de gênero. Simplesmente promover mulheres para atingir números iguais de gênero em todos os níveis não é a resposta. Você precisa preparar as mulheres em sua força de trabalho instituindo iniciativas femininas no local de trabalho, para que estejam prontas para a próxima etapa e possam ter sucesso em seus novos papéis.

Explique os benefícios para os gerentes. Para alcançar seus objetivos, é vital que todos os gerentes estejam presentes. Explique a eles que o objetivo de promover mulheres na empresa não é melhorar as aparências; é que a diversidade de todos os tipos é benéfica para a empresa.

Para seus gerentes que precisam ser convincentes, explique que a diversidade aumenta a lucratividade. Quanto maior a diversidade

de uma empresa, mais pontos de vista e idéias são discutidos, levando a mais produtos e serviços que atraem uma ampla gama de clientes. Uma empresa diversificada também recebe mais atenção dos investidores.

Identifique assédio e preconceitos

Assédio de qualquer tipo prejudica o moral e cria uma cultura desagradável da empresa. Se não leva a processos, inevitavelmente leva a funcionários insatisfeitos, produtividade reduzida e alta rotatividade. Certifique-se de reforçar a política de assédio da empresa com frequência, leve as queixas a sério e siga com disciplina quando necessário.

Evite discriminação

65% das mulheres dizem que são discriminadas no trabalho. Com certeza, as mulheres enfrentam discriminação em salários e promoções, mas o viés não intencional afeta a autoestima das mulheres e pode impedi-las de alcançar seu potencial. Por exemplo, as mulheres são frequentemente criticadas quando dão suas opiniões ou gritadas pelos homens quando discordam.

Avalie de forma justa

Ao avaliar o desempenho, as mulheres são julgadas pelos padrões masculinos, muitas vezes inconscientemente, por seus gerentes. Uma mulher pode ser vista como não tendo as características de um bom líder, porque ela não é tão barulhenta quanto o homem que está disposto a ter a mesma promoção. Seu comportamento e entrega também são diferentes. No entanto, o antigo duplo padrão ainda sustenta que um homem assertivo é forte, enquanto uma mulher assertiva é mandona ou ameaçadora.

Seja justo

Compare qualificações de forma justa. Mais mulheres recebem diploma de bacharel do que homens e os têm há anos. Analise honestamente as realizações e o potencial de seus funcionários.

Aplique padrões iguais para promoções. As mulheres pedem aumentos e promoções na mesma proporção que os homens, mas são negadas com mais frequência. Estudos mostram que as mulheres são promovidas com base em suas realizações comprováveis, enquanto os homens também são promovidos com base em seu potencial. Certifique-se de avaliar os dois sexos da mesma maneira.

Treina as mulheres para o sucesso

Dê às mulheres as ferramentas para ter sucesso. Os gerentes tem que apoiar e orientar as funcionárias. Sem apoio, as mulheres não podem aprender como ser gerentes e como ter sucesso no próximo nível. Designe às mulheres um mentor para o qual possam recorrer com perguntas para aprimorar seus métodos de liderança.

Pague de forma honesta e justa

Pague igualmente pessoas diferentes que fazem o mesmo trabalho. Quando chegar a hora de aumentos e bônus, coloque os ganhos das mulheres em pé de igualdade com os homens que fazem os mesmos trabalhos.



LIC. CLEDSON BERNARDO

CONSULTOR EM SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL E PALESTRANTE

Empoderamento da mulher e o aumento do feminicídio

Enquanto a mulher se torna consciente e transforma sua realidade, o crime de feminicídio aumenta, mostrando a força da cultura do machismo. ONU trabalha para mudar esta realidade.

Nascida no interior do Mato Grosso do Sul, imersa em uma cultura rural, portanto mais conservadora, ao longo da vida fui observando a necessidade de reconstruir uma série de mitos relacionados ao lugar da mulher, que tanto me custou e custa sofrimento até hoje.

A aflição causada por estes estereótipos impregnados no subconsciente de forma tão confusa, foi se revelando a partir do conhecimento, o contato com o feminismo, a descoberta de teorias confiáveis em relação às diferenças de gênero, que legitimaram a minha desconfiança de que algo errado acontecia.

Estes conhecimentos confirmaram que a minha experiência particular não era só minha, fazia parte de uma estrutura patriarcal de opressão.

A formação em jornalismo e a minha própria experiência de vida, além de leituras de fi-

lósofas como O Calibã e a Bruxa, de Silvia Federici, Simone de Beauvoir, Judith Butler, e o contato com intelectuais negras, a partir de Djamila Ribeiro e Angela Davis, me deram outro olhar, ainda mais duro de lidar, sobre estas questões.

Se me sinto vulnerável neste lugar, a vulnerabilidade se torna pequena quando deparo com o meu lugar de privilégio dentro deste cenário.

Como jornalista, fui visitar e ouvir mulheres periféricas, negras, artistas, imigrantes, para compreender que a minha vulnerabilidade fica pequena diante de outras realidades.

Muito me alegra os movimentos das mulheres em todos os campos, e a minha felicidade é observar que até no interior do país ele está acontecendo.

Acredito que a informação constante é o elemento único transformador para que as mulheres compreendam e se tornem conscientes de suas realidades para assim poder alterá-las, convidando os homens para acessar as informações e assim empoderar para mudar esta realidade.

O papel da ONU neste cenário, com a incorporação do ODS 5: "Alcançar a igualdade de gênero e empoderar mulheres e meninas" é fundamental. A meta é chegar a esta equidade com diversas ações práticas.

Uma delas – e a principal – é contribuir para o poder econômico dessas mulheres, que é um dos principais pontos que vulnerabilizam e colocam a mulher em situação de submissão e vítima de abusos psicológicos e físicos. Estão aí os números que não deixam enganar.

Segundo a ONU Mulheres, a violência contra as mulheres é a violação mais generalizada dos direitos humanos. E o feminicídio é a sua expressão extrema. Quatorze dos 25 países do mundo com taxas mais elevadas de feminicídio estão na América Latina e Caribe. Estima-se que uma em cada três mulheres maiores de 15 anos tenha sofrido violência sexual, o que alcança a categoria de epidemia de acordo com a Organização Mundial da Saúde.

O feminicídio e a violência sexual estão ligados à segurança cidadã deficitária, à impunidade generalizada e à cultura machista que desvaloriza as mulheres.

No Brasil, mesmo com queda recorde de mortes de mulheres, tivemos alta no número de feminicídios em 2019.

Segundo dados do Monitor da Violência com o núcleo de estudos da violência da USP, e Fórum Brasileiro de Segurança Pública, com dados de 2017, são 3739 homicídios dolosos de mulheres no ano passado, uma queda de 14,1% em relação a 2018. Apesar disso, houve um aumento de 7,3% nos casos de feminicídios – crimes de ódio motivados pela condição de gênero.

São 1314 mulheres mortas pelo fato de serem mulheres – uma a cada 7 horas, em média.

A psicanalista Maria Rita Kelh afirmou em recente discurso que o processo de empoderamento da mulher, justamente com estas ações afirmativas de reconhecimento das mulheres por sua situação, pode ser um dos indicadores deste aumento desta violência. A cultura do machismo é um traço tão insistente e incorporado que faz com que o homem acredite que ainda tem o poder de matar caso a mulher se torne independente de sua existência.

Já não é mais cabível admitir esta realidade e o empoderamento econômico da mulher se faz urgente, bem como a educação e conscientização de todos os cidadãos.

Fonte: ONU Mulheres, Mapa da Violência com o núcleo de Estudos da violência da USP, Fórum Brasileiro da Segurança Pública, dados de 2017.

BUTLER, Judith. Problemas de Gênero (2010).

BEAUVOIR, Simone. Segundo Sexo (1949).

FEDERICCI, Silvia. O Calibã e a Bruxa (2017).

RIBEIRO, Djamila. Quem tem medo do feminismo negro? (2018)



LIC. MARIANA VILELA

JORNALISTA HUMANISTA

Novas provocações novas Empresas

Como empresária e consultora, enfrento desafios constantes e abraço a mudança como uma oportunidade de entregar o melhor que tenho e que recebi como legado de gerações precedentes, retomando projetos que anteriormente não funcionaram, ajustando processos e assumindo novas responsabilidades. Por quê? Porque a cada dia obtenho um nível de consciência diferente, acesso novas informações e mentores desejosos de transmitir sua experiência para contribuir para com o crescimento exponencial que estamos vivendo em todas as áreas de nossa existência.

A cada dia, aceito e entendo que sou a criadora da minha própria realidade, existo neste mundo quântico onde as possibilidades são infinitas, onde tudo está disponível e, entretanto, solo pode acontecer uma coisa por vez. Qual? A que eu escolho. E para que essa escolha seja a correta, entra em jogo a minha capacidade de observar e de me perguntar, por exemplo, o quão treinada está a minha capacidade de observação. Posso projetar diferentes realidades com as emoções corretas? Permito-me, com o meu livre arbítrio, criar a minha própria realidade?

Agora, compreendo que a capacidade de criar, inventar ou melhorar o existente vem da inquietação, da perseverança e do desejo de fazer algo diferente, de não se conformar com o que há e procurar opções para tornar o dia a dia mais prático. Ações repetitivas e melhoradas como uma infinidade de pessoas têm feito ao longo da história.

Muitas vezes, pensei que estava inundada

em repetidos círculos viciosos, entretanto, quero dizer-lhes que não é assim. Quando comecei a me observar desde fora destes círculo, percebi eram espirais ascendentes, e embora cometesse erros aparentemente iguais, reconheci que suas diferenças, as aprendizagens e a maturidade tocavam as portas da minha alma.

Felizmente, continuo evoluindo, procurando formas mais efetivas de agir e de harmonizar os meios com os quais eu me relaciono. E é assim como surge a história que venho compartilhar.

Há alguns meses, assumi o desafio de assessorar uma empresa. Fui escolhida para reestruturar o processo de custos na empresa de Fran, uma pessoa por quem eu tenho um profundo afeto. Fran é um ser humano maravilhoso, saiu do país há vários anos em busca de novas oportunidades e, efetivamente, encontrou-as, pois é dessas pessoas que vivem em contínua busca e, como bem diziam nossos avós, "Quem procura, encontra!" E agora, como expressa a conhecida física quântica, "Quem observa e escolhe corretamente, cria!"

As diferentes ideias de negócios que Fran planejava, eram executadas, vencendo todos os medos e dificuldades que surgiam. Começou com o projeto na Colômbia e, em pouco tempo, superou as expectativas, seu crescimento a passos gigantes exigiu entender o básico para poder ter uma evolução sustentável e chegar a outros países, como tinha visualizado.

Resgato o poder da união, de não perder o norte para transformar novas criações ou iniciativas ao reunir diferentes atores, situações que dão como resultado a invenção de novos instrumentos que facilitam a vida e contribuem com o bem-estar de outros, e este era meu objetivo ao ser a responsável por redesenhar o processo de custos na empresa de Fran.

Como contadora e amante de finanças, minha missão consistia em que as pessoas responsáveis por essa área na empresa entendessem de forma simples e prática para que a informação fosse útil e um insumo importante para a análise, evitando o caos e abrindo espaços de diálogo para alcançar o fim solicitado.

O processo iniciou visando diagnóstico e reuniões com Hanna, a visível cabeça da empresa. Conversamos muito, profunda e sinceramente, e sem nenhum medo de que o comentado fosse usado como arma de dupla ação, e considerei o que Hanna e cada um de seus líderes disseram para redesenhar do novo processo de custos.

O coração dos negócios desta empresa é a gestão documental e a gestão de documentos, especialmente físicos, e suas extensas adegas de armazenamento chamaram minha atenção. Devo dizer que era compreensível a pulcra organização e ordem estrita em cada fólio para poder localizá-los no menor tempo possível quando fosse solicitado por algum cliente, processo que controlavam com software parametrizado cuidadosamente à medida das necessidades.

Foi interessante ver o tratamento tão especial que aquela enorme quantidade de documentos tinha, e as pessoas atribuídas para cada trabalho, inclusive controlar a temperatura várias vezes ao dia, rondar as

instalações fazendo métricas para analisar os resultados e evitar qualquer inesperada situação que pudesse afetar a gestão que tinham a cargo.

O processo de observação com o apoio dos colaboradores me permitiu concluir o seguinte:

1. A gestão documental opera com base em "Arquivos" e é fonte de vida e transcendência das organizações.
2. A gestão documental se fundamenta no conhecimento e inovação tecnológica para a gestão dos documentos.
3. Existe grande complexidade na operação desde que os documentos são recolhidos nos escritórios do cliente, até sua disposição final.
4. A gestão documental é um serviço estruturado no que é necessário ganhar credibilidade e confiança perante o cliente para gerar estabilidade no tempo.
5. O negócio possui características atrativas que geram na competência o desejo de ganhar clientes incluso lutando com o preço.

Assim, aprofundo-me na avaliação do sistema de custos por processos ou categorias, com o fim de identificar os fatores críticos que incidem nos resultados e assim facilitar a tomada de decisões frente à operação e comercialização, sabendo que existia preocupação pelo escasso espaço nas adegas existentes.

Para abordar a responsabilidade, foquei os custos em cada categoria de serviço



LIC. NANCY VARGAS

MANAGER COACH, MENTORA, FERRAMENTAS ÚTEIS EM SEUS ESPAÇOS DE TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL.

com o objetivo de diferenciar diretos e indiretos e sua incidência em cada atividade. Para esse fim, utilizei metodologias contábeis, financeiras e de processos. Logo, propus a mim mesma definir uma política de custos, estudando também as categorias ou linhas de serviços, mas, sobretudo, observando de uma forma diferente as ferramentas com as que contavam para chegar aos resultados que procuravam.

Encontrei custos diretos associados intrinsecamente à operação, entre eles: transporte, matérias primas, gastos com colaboradores, aluguel e depreciação de equipamentos.

Entre os custos indiretos, identifiquei atividades administrativas de vendas e outras de caráter fixo, como licenças e manutenção do software que suportam a operação.

Com respeito à política de custos, encontrei que era preciso orientá-la inicialmente a suprimir alguns custos diretos que não geravam valor, ordenar os indiretos e, em geral, otimizar os resultados financeiros. Propus-me, então, entender quais eram os indicadores que utilizavam, quais eram necessários, quais eram objetivos, se refletiam a realidade, se estavam sendo analisados e se realmente orientavam as decisões.

Encontrei que o maior valor que a empresa tinha estava relegado, uma potente ferramenta tecnológica que tinham ajustada quase em 70% para o controle do negócio e que chamava muito a atenção dos clientes, pois permitia acessar a informação digital protegida, organizada e em tempo real com servidores potentes que tinham sido protegidos com cópias de segurança na nuvem e em diferentes partes do mun-

do.

Fran estava preocupado porque Hanna havia comentado que tinham que fazer um novo investimento para ampliar as instalações físicas, deviam adquirir outra adega para receber mais documentos, aquisição que lhes custava muito dinheiro e o pior era que não podiam fazer esse investimento no momento.

Tivemos uma reunião para conhecer as alternativas e minha proposta foi fazer uma "parada" na gestão de documentos físicos e dar maior valor à gestão de documentos digitais; além disso, podiam dar uso adequado à sua ferramenta tecnológica, adicionalmente à nova mentalidade da conservação ambiental, e a diminuição no uso do papel chamou a atenção de Fran e da equipe de líderes que, sem duvidar, começaram a criar estratégias para criar uma campanha e oferecer novos serviços de gestão.

Os profissionais em marketing começaram a desenhar a campanha com os novos serviços e a equipe comercial a oferecê-los, enquanto incrementava a expectativa: o que aconteceria agora?

Que grande oportunidade para unir esforços e para se exigir em pensar, sentir e observar diferente. Finalmente, os resultados foram simplesmente mágicos, os novos serviços com maior valor agregado chamaram a atenção, um bom número de usuários adquiriram os novos serviços, uma margem maior de utilidade foi recebido pela companhia, chegou-se a novos mercados e se pôde fazer realidade o projeto de expansão que tinha Fran em suas visualizações e projeções.

Com o apoio dos desenvolvedores, a ferra-

menta tecnológica foi ajustada, redesenhamos a política de custos de acordo com as necessidades da empresa, formalizamos os novos produtos e finalmente estruturamos um modelo de indicadores ágil, leve e efetivo para:

1. Medir os custos totais e seus componentes diretos e indiretos.
2. Avaliar a produtividade de cada tarefa, categoria e produto para considerar opções e tomar decisões de controle efetivo perante a volátil realidade.
3. Competir eficientemente no mercado.

Minha experiência me permite garantir que com uma adequada estrutura de custos, os negócios só tem a ganhar, as oportunidades do mercado são aproveitadas, são oferecidos descontos, promoções, a marca é devidamente posicionada, pode-se construir um plano de marketing, serviços diferenciadores e alternativas para satisfazer as necessidades dos clientes.

Um dos desafios para o setor de gestão documental consiste em ampliar a capacidade de armazenamento virtual, fazendo uso do potencial das ferramentas tecnológicas e integrar o existente para somar valor e contribuir com o uso adequado do papel.

O desafio para todas as empresas e líderes empresariais consiste em exercitar a cada instante seu poder de observação, de fazer uso adequado do livre arbítrio e da responsabilidade de criar novas realidades de bem-estar comum.

Quem é Nancy Vargas?

Nancy é acima de tudo um ser humano sensível, uma contadora executiva e uma mul-

her especialista em impactar o interior das organizações em sua gestão administrativa, econômica e cultural.

Com mais de 20 anos de experiência, Nancy teve a responsabilidade de criar e liderar empresas multinacionais e intervir em processos em sociedades de diferentes setores da economia.

Autora e criadora do modelo RISA, que Resolve, Instala, Sustenta e Contribui ao crescimento, transformação e lucros de resultados em modelos de negócios.

Fundadora de diferentes ONG que apoiam o desenvolvimento integral do ser humano e a sustentabilidade de projetos produtivos.

Como representante legal, coordenou diferentes projetos de alta gerência e participou de eventos comerciais de ordem nacional e internacional, o que lhe permitiu visualizar e focalizar as oportunidades do atual modelo empresarial.

Seu carisma, qualidade humana e profissionalismo garantem o bom resultado em cada processo de Assessoria, Consultoria, Mentoring e Coaching.

Tiene experiência como líder e facilitadora em áreas administrativa, talento humano, financeira, contável, tributária e de revisão fiscal.

Seu processo formativo, incluiu: Contadoria Pública, Atualizações Tributárias, Governo Corporativo, Inteligência de Negócios, Automação de Processos, Gestão Bancária e Financeira, Certificação Internacional e especialização como Manager Coach, Mentora, ferramentas úteis em seus espaços de transformação organizacional.

Cada um deve fazer sua parte para o cumprimento do ODS 5

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, propostos pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, enviam-nos um desafio de mudança com a esperança de resultados para 2030. Embora saibamos que a erradicação total da pobreza, a proteção ou resgate do planeta, assim como a convivência em paz para toda a humanidade nessa data ou outra data posterior possa ser uma meta muito ilusória ou elevada, não significa que não devamos tentar ou fazer a nossa parte para que, pelo menos, algo disso aconteça ou nos aproximemos cada vez mais de um desses propósitos. Dentro dos 17 Objetivos de

Desenvolvimento Sustentável (ODS), analisaremos, nesta ocasião, como podemos contribuir desde a nossa realidade para que o ODS 5 possa ser cumprido e mover-nos em direção à ação, a partir de nossas possibilidades ou empresas.

A que se refere o ODS 5?

Este é o Objetivo que se refere à igualdade de gênero, para isso, ponhamos em contexto sobre o que é a desigualdade de gênero. Segundo Wikipedia, "A desigualdade de gênero é o fenômeno que ocorre quando um coletivo (gênero) tem privilégios sobre o outro, desprezando os direitos deste último. Em um coletivo social onde todos os seus membros assumem e cumprem responsabilidades por igual, não teria por que haver desigualdades de nenhum tipo" (tradução livre, versão em espanhol). Consequentemente, quando falamos de igualdade de gênero, podemos dizer que significa simplesmente praticar a equidade em todos os sentidos.

Chegando até este ponto, cabe a nós fazermos, então, as seguintes perguntas:

- Como profissional que sou, pratico a equidade em minhas ações diárias, como pessoa, chefe, profissional ou empresário?
- Trabalho ou dirijo uma empresa verdadeiramente equitativa?

- As ações das pessoas com quem trabalho são equitativas?
- As ações dos meus círculos de influência são equitativas?

Antes de poder apresentar qualquer colocação que contribua para uma sociedade mais justa em termos de igualdade de gênero, é definitivamente de suma importância uma autoanálise do meu próprio ambiente e de minha própria gestão.

No momento em que sejamos capazes de identificar todas as áreas que surgem dessa autoanálise, nas quais predominam a desigualdade e a injustiça, e tomemos as rédeas do andamento da ação para corrigi-las e erradicá-las completamente, poderemos, então, dizer que já estamos fazendo a nossa parte no cumprimento desse Objetivo.

Ou seja, sobre as cifras mencionadas pelo PNUD sobre a desigualdade de gênero:

- Em nível mundial, as mulheres ganham apenas 0,77 centavos por cada dólar que os homens ganham executando a mesma tarefa.
- 1 de cada 3 mulheres experimentaram violência física e/ou sexual.
- As mulheres representam apenas 13% dos proprietários de terras.
- Em todo o mundo, quase 750 milhões de mulheres e meninas vivas hoje se casaram antes dos 18 anos.
- Dois terços dos países do mundo em desenvolvimento alcançaram a paridade de gênero na educação primária.
- Apenas 24% de todos os parlamentares nacionais eram mulheres em novembro de 2018, um lento crescimento, desde a marca de 11,3% em 1995.

É possível que neste momento alguém possa pensar: "Mas não é problema meu, isso é algo que está acontecendo no mundo, não na minha empresa ou onde eu moro"; e outro poderia dizer: "Se mas que culpa tenho eu

de que as mulheres não queiram comprar propriedades ou participar de política", possivelmente alguns até chegarão a acreditar: "Bom, será que tenho eu que renunciar ao que tenho para dar a elas ou começar a ser mais condescendente para que esses números mudem?". E poderia continuar fazendo alusão a uma grande variedade de pensamentos ou comentários que estes dados podem gerar, mas deixe-me dizer algo: se você pensou de alguma forma semelhante a esta linha de ideias, definitivamente, você tem a primeira contribuição para dar: começar a trabalhar em sua forma de pensar com respeito ao gênero oposto, porque não adianta de nada ser indiferentes quando sabemos que algo está acontecendo realmente, embora não seja perto de nós e nem sejamos nós quem o promovemos. Pois a verdadeira razão de muitas coisas não mudarem no mundo é a indiferença de todos aqueles que acreditam que as coisas que afetam outros, enquanto não me fizerem dano, não devem me interessar.

Como podemos nos envolver?

Cada um pode fazer a sua parte, não é verdade que alguém possa pensar que não se pode fazer nada. Com certeza, além destes dados proporcionados pelo PNUD, nós fomos testemunhas de algum tipo de ação desigual ou inequitativa. Por isso, é preciso que nos envolvamos em todos os sentidos para poder começar a transformar não apenas a nossa forma de pensar, mas também nossas ações, para construir hábitos equitativos ou igualitários em nível de gênero. Quero dar algumas ideias como ponto de ação. Estas não são as únicas, mas é uma forma de começar do ponto em que cada um se encontra hoje:

- Transforme-se em um detector de situações de inequidade em todo seu ambiente de trabalho e comece a corrigir aquelas que dependam de você; logo, sugira, com muito tato, a correção daquelas as quais você não

é capaz de corrigir.

- Esteja sempre disposto a denunciar toda situação de inequidade identificada, não ficar calado diante da inequidade ajudará muito para uma mudança significativa.
- Fale em sua casa e com seus amigos sobre esse tema, pois certamente eles poderão também gerar contribuições significativas ou envolver-se ativamente para uma transformação nesse tema.
- Em sua empresa, pratique a equidade, e se não depender de você a tomada de decisões, fale com quem corresponde, pois certamente sua contribuição poderá ser muito valorizada.
- Tente com todas suas forças que todo seu entorno saiba que você está interessado em se envolver ativamente nesse objetivo específico. Dessa forma, poderá também impactar a vida daqueles que o têm como uma influência ou exemplo a ser seguido.

Conclusão

Hoje, não somos culpados pelas situações que aconteceram historicamente no mundo, onde a submissão da mulher, a delimitação de certas tarefas, a discriminação pelo sexo, o machismo cultural e outras muitas razões têm feito do gênero feminino muito desigual em certas circunstâncias em comparação com o homem. Mas o não fazer nada para que isto não continue acontecendo nos torna cúmplices da situação, por isso, convido a todos envolver-se efetivamente dessa evolução necessária para esse ODS 5, que se sonha como realidade para o 2030. Temos tempo, mas não podemos esperar. Começemos já!

Referências:

- PNUD
<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- WIKIPEDIA



LIC. HECTOR AYALA

Especialista em Planejamento Estratégico



daily dose of imagery
sam.toleftpixel.com

NOT A CENTRAL

Ouro Fino: há mais de cem anos envasando água, cuidando da natureza e empoderando mulheres

Muito se discute atualmente sobre igualdade de gêneros, principalmente no âmbito profissional. A relação da mulher com o mercado de trabalho, sem dúvidas obteve um grande avanço nos últimos cinquenta anos, contudo ainda é bastante desigual em diversos segmentos. De acordo com dados divulgados em 2020 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), a participação das mulheres do mundo representa apenas 39% de todo mercado de trabalho, sendo 27% em cargos administrativos. Segundo a FIEP, somente no estado do Paraná as mulheres representam 32% da mão de obra da indústria.

Entre as principais dificuldades que essas mulheres participativas enfrentam estão a disparidade salarial, diferenciação de responsabilidades, desvalorização da capacidade intelectual e física, e até mesmo assédio moral. Analisando essas adversidades, um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) é "Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública".

A empresa paranaense de águas Ouro Fino, indústria reconhecida como uma das maiores envasadoras de água mineral na-

tural do Brasil, também tem adotado medidas de igualdade de gêneros em suas políticas de trabalho e ganha destaque quando o assunto é o trabalho desenvolvido por elas. A história da empresa começou no ano de 1898, em Campo Largo, município da região metropolitana de Curitiba, quando as terras foram adquiridas e amostras de água começaram a ser analisadas. O local já era conhecido na época da exploração de minérios, e ganhou o nome de Ouro Fino, referência às pequenas quantidades do metal precioso encontrados na fonte de água.

Anos mais tarde, a família Mocellin assumiu a administração da empresa, sendo responsáveis pela sua ampliação e modernização, e através da iniciativa de uma grande mulher a empresa se tornou referência no cuidado com o meio ambiente e no envolvimento com a comunidade. Dedé Mocellin, como era conhecida, foi a responsável pela idealização da Estância Hidromineral Ouro Fino, uma propriedade riquíssima em sua fauna e flora, que se tornou um verdadeiro paraíso tão próximo à cidade grande. Com detalhes riquíssimos, o parque carrega até hoje referências singulares das suas viagens, como mosaicos com

louças quebradas e rodas de carroças postas como portões. Os fontanários e piscinas foram construídas para homenagear os filhos, netos ou algum acontecimento importante do local. Dona Dedé, como era conhecida, criou também a Cascata dos Amores, falando às pessoas que se banhassem em suas águas, que se casariam em breve.

Suas iniciativas fizeram parte da história da empresa e em agosto de 2002, foi fundado o Instituto Dedé Mocellin, responsável pela realização de ações educativas voltadas ao meio ambiente, bem como sensibilizando a sociedade sobre a importância do desenvolvimento sustentável. Apesar do Instituto Dedé Mocellin ter uma condição independente, a Águas Ouro Fino ainda carrega parte dessa história protagonizada por uma grande mulher e dando oportunidade para que a nova geração dê continuidade ao trabalho que ela iniciou.

De acordo com Rosane Mocellin, diretora da Águas Ouro Fino e também neta de Dedé Mocellin, o trabalho iniciado pela avó era criterioso e admirável. "Ela fazia questão de cuidar pessoalmente desde as plantas da pro-



NOTA CENTRAL

priedade, como estar a par da qualidade da água e o trabalho que cada funcionário estava exercendo, além de ter uma atenção especial sobre o que era feito no entorno. O amor que ela dedicava à empresa e à família era sem igual e nós herdamos esse cuidado e fazemos questão de dar continuidade”, destaca.

Diversidade faz parte do propósito da Ouro Fino, não sendo apenas uma meta de comunicação para o mercado. Atualmente 50% dos cargos de gestão e liderança da empresa são ocupados por mulheres. Em cargos de destaque, a Ouro Fino dá espaço para as mulheres, como a gerente de R.H. e jurídico, Lourdes Silva; a gerente de qualidade, Marina Tibisay Blanco Smith; a coordenadora de suporte a vendas, Viviane Lino da Silva; a coordenadora financeira, Katia Buss; a coordenadora de R.H., Caroline Smaniotto da Costa; a líder de produção, Marlene Gonçalves da Luz; à frente dos projetos ambientais está Haryssa Hundsdorfer; entre outras mulheres.

E no dia a dia, a Ouro Fino faz questão de ir ainda mais a fundo e mostrar também o cuidado que se dispõe a ter com outras mulheres, iniciativas impactantes, onde a força e dedicação da ala feminina ganha ainda mais espaço. A empresa, por exemplo, incentiva e inspira a adesão feminina ao esporte e patrocina a piloto de kart Kaká Magno, que também compete em categorias com diversos homens.

E para concretizar o apoio que é dado a Kaká Magno dentro e fora do Brasil, a Ouro Fino realizou no início de março, em Curitiba, uma ação em comemoração ao Dia Internacional da Mulher. Um grupo de mulheres com histórias de superação foi convidado para correr de kart junto com a piloto Kaká Magno. O evento, nomeado ‘Mulheres rumo ao pódio’, tinha como objetivo enaltecer mulheres que venceram em áreas diferentes da vida como profissional, familiar, saúde, maternidade, entre outras.

Referências

<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/participacao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho-segue-menor-que-a-dos-homens-diz-oit.ghtml>

<http://portalods.com.br/noticias/mulheres-representam-32-da-forca-de-trabalho-da-industria/>

<https://nacoesunidas.org/igualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho-e-crucial-para-crescimento-latino-americano/>

<https://agenciafiop.com.br/2019/03/07/mulheres-representam-32-da-forca-de-trabalho-da-industria/>

LIC. LOURDES SILVA
GERENTE DE RH E JURÍDICO NA ÁGUAS



PARE

OLHE

LEIA

MARCOS

LAGOS

AUTOESCOLA
AB-228

JÁ SÃO MAIS DE

10 MIL HABILITADOS

APROVADO

★★★★

MAIS DE 20 ANOS FORMANDO
MOTORISTAS CONSCIENTES NO TRÂNSITO

COM APRENDIZADO DINÂMICO E INOVADOR

Ofecemos qualidade,
transparência,
com credibilidade
e dedicação



ROD. AMARAL PEIXOTO, KM 71 -286
BACAXA- SAQUAREMA
TEL: 2653 2305 OU 2653 3546
E-MAIL: carmen_delaobra@hotmail.com



REPORTAGENS

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA



RESPEITO, EXPERTISE & CONFIANÇA

Fundado em 2011, o Bruschi & Salvi Advocacia é um escritório formado por um quadro de profissionais jovens, referências no mercado e com vasto conhecimento.

O escritório iniciou suas atividades na cidade de Guaporé/RS, município localizado na Serra Gaúcha, reconhecido como um importante polo industrial da produção joalheira e confecção de moda íntima.

Foi em decorrência da forte economia empresarial do município que a atuação na esfera do direito empresarial foi o estopim para o início de atividades prestadas pelo Bruschi & Salvi Advocacia.

Atualmente, o escritório presta seus serviços para clientes de todo o estado do Rio Grande do Sul.

Uma junta de profissionais altamente preparados, para resolução dos mais variados tipos de impasse, priorizando a utilização das inovações jurídicas como forma de encontrar a solução mais adequada às necessidades de cada cliente.

O Bruschi & Salvi Advocacia, em seu nicho de atuação, procura sempre oferecer um serviço jurídico adequado às características e necessidades de cada cliente, colocando como prioridade a personalidade no contato existente entre o advogado e o cliente, fazendo da prudente e refletida orientação o principal fator de sua credibilidade.

O escritório possui a função de solucionar impasses jurídicos, administrativos ou extrajudiciais (nas esferas civis, fiscal, empresarial, tra-

balhista e previdenciária), que de alguma maneira possam causar prejuízos tanto para empresas quanto para pessoas físicas, seja na erradicação completa do problema ou na minimização dos danos decorrentes.

Mercado Foco

O Bruschi & Salvi Advocacia possui vasta



Dentre sua cartela de clientes estão incluídas reconhecidas empresas do setor joalheiro e ainda do setor de moda íntima. Ainda, presta serviços jurídicos para empresas do ramo de metal mecânico e ramo de briga.

Colaboradores

Com o pensamento voltado ao crescimento e geração de oportunidades, o escritório fomenta indiretamente cerca de 8 empregos, incluídos dentre eles, parceiros técnicos com os quais o escritório busca aprimoramento dos serviços.

Responsabilidade Social Empresarial

Por se tratar de um escritório de advocacia, onde a principal matéria-prima é o conhecimento dos profissionais, a visibilidade de eventual impacto é pouco perceptível, con-

atuação na esfera empresarial, tendo feito do Direito Empresarial, o principal ramo de suas atividades. Pode-se dizer que o escritório possui foco na atuação preventiva buscando suprir as mais diversas necessidades das empresas clientes, sejam condizentes a questões tributárias, trabalhistas, cíveis etc., diminuindo o risco empresarial.

tudo, o escritório busca identificar as ações que estão dentro de sua capacidade.

Desta forma, para reduzir o impacto ambiental, o escritório vem adotando como normativa a eliminação da obrigatoriedade de impressões através da utilização de equipamentos para digitalização de grande parte documentos utilizados em eventuais demandas judiciais, a eliminação do uso de copos descartáveis, a troca de lâmpadas por modelos mais econômicos, bem como a separação do lixo reciclável.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Sem sombra de dúvidas o principal objetivo do desenvolvimento sustentável é conciliar desenvolvimento e preservação. Haja vista que o crescimento das atividades econômicas mundiais nos níveis e padrões atual-

mente existentes tende a degradar demasiadamente o meio ambiente, o que além de prejudicar a qualidade de vida da população também representará forte impacto no setor econômico.

A conscientização dos empresários sobre os benefícios do desenvolvimento sustentável deve surgir, inclusive, com vistas a evitar custos elevados com multas, sanções legais, além da perda da competitividade de seus produtos, comercializados em um mercado cada vez mais preocupado em qualidade de vida e harmonia com o meio ambiente.

Cliente em harmonia com o escritório

Os clientes fazem parte do capital de uma empresa, por isso, assumem um papel essencial para que ela possa se estruturar, se desenvolver e se destacar no mercado. Além do mais, a qualidade dos serviços do escritório de advocacia está diretamente ligada ao desempenho de seus colaboradores e fornecedores.

Desta forma, não adianta investir um grande volume de recursos para conquistar a sua clientela, enquanto os seus funcionários estão desmotivados e, conseqüentemente, não conseguem produzir com qualidade o que, certamente, impactará todo o desempenho corporativo.

Por isso, o escritório de advocacia Bruschi e Salvi cria mecanismos de valorização de clientes, colaboradores e fornecedores, para que a empresa possa contar com melhora produtiva e experimente resultados mais consistentes.

Boa gestão para a reputação corporativa de empresa

A empresa acredita que a reputação do escritório ganha notoriedade para a empresa a partir do momento em que fica provado que o seu investimento traz grandes benefícios ao longo de sua trajetória. Primeiro, ela é um grande componente para a estratégia de crescimento.

Exemplo: há a garantia de uma maior participação no mercado, já que ter uma boa reputação oferece uma excelente visão do negócio para a organização, pois significa que aquele empreendimento não é feito apenas de promessas, que realmente coloca em prática o que se compromete.

Além do mais, é importante ressaltar o quanto a reputação é um aspecto muito mais profundo e que tem conseqüências ao longo dos anos para o negócio: enquanto a imagem é um recorte, uma parcela das ações, a reputação é o quadro todo.

Outro ponto é a importância dela para a vida da empresa em momentos de crise. Recessões, por exemplo, podem ser contornadas por uma boa reputação.

O público tende a apoiar e ser mais fiel a negócios com essa característica, visto que esse é um fator de confiança de que aquele produto/serviço é de qualidade e feito por uma empresa que preza pelo melhor.

Estratégias responsáveis para satisfação dos stakeholders

O escritório cria mecanismos de valorização de stakeholders, tanto financeira quanto de ambiente; o principal desafio consiste na manutenção da motivação dos agentes quanto à busca do sucesso.



Fundado em 2011, o BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA está entre os escritórios mais reconhecidos do Rio Grande do Sul.

Têm como características a inovação, o aperfeiçoamento de seus colaboradores e a busca incessante à resolução dos mais variados tipos de impasse.

Assim, ao oferecer um serviço jurídico adequado às características e necessidades de cada cliente, o escritório BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA anseia a personalidade no contato existente entre o advogado e o cliente, fazendo da prudente e refletida orientação o principal fator de sua credibilidade.

BRUSCHI & SALVI ADVOCACIA . OAB/RS 5.766
Av. Silvio Sanson, 965 - Sala 230 - Centro
CEP: 99200-000 Guaporé - RS
Telefone: (54) **3443.5094**

www.bruschiesalvi.adv.br
✉ icsalvi@gmail.com
f /bruschiesalvi
☎ (54)98117.2201



PORTAL DO GENEROSO



NOTÍCIAS DE QUALIDADE, VERDADEIRAS E EXCLUSIVAS

O Portal do Generoso iniciou suas atividades em 19 de maio de 2012. Começaram como um BLOG simples para incentivar debates políticos, hoje são um dos maiores portais de notícias da região norte. A função do Portal Generoso é fornecer notícias com qualidade e imparcialidade.

Atualmente, possuem um programa de suporte para pequenas e grandes empresas e contribuem para a satisfação de seus clientes e fornecedores, assumindo o compromisso de fornecer notícias verdadeiras e exclusivas.

Atualmente, o investimento em redes sociais é

sua principal estratégia e, dentro de suas diretrizes, sempre procurar a verdade, não publicar notícias falsas e investigar os fatos minuciosamente.

O Portal do generoso atua em diversas editorias, tendo maior destaque em Política, Polícia, Cidades e Economia. Todas essas pastas tem destaque principal por se tratar de temas de grande relevância e interesse do seu público. Seu público é bem eclético, sendo mulheres entre 18 e 55 anos de idade as que mais acessam o Portal do Generoso. Para ele é muito gratificante ter mulheres no topo de acesso de nosso portal.

Atualmente sua equipe é filiada a Associação Brasileira de Jornalismo e Associação de Blogs e Portais do Amazonas, cujo o atual presidente é o senhor Marcelo Generoso.

Desenvolvimento Sustentável

O Portal do Generoso recebeu em 2018 o certificado AMIGOS DA NATUREZA, expedido pelo Instituto de Defesa da Natureza. O Portal é reconhecido por se envolver em causas ambientais e animais. O Portal do Generoso foi um dos maiores incentivadores do projeto ARBORIZA MANAUS, que é realizado pela Prefeitura Municipal de Manaus.

Ética e reputação corporativa

Quanto a questão da ética, sabem como é imprescindível para uma mídia jornalística e reconhecem a importância da boa gestão para a reputação corporativa. O Portal do Generoso realiza um trabalho sério, apurado e com conteúdo investigativo tornando o resultado sempre gratificante. "Não adianta ter audiência se você perde credibilidade, a lógica é você perder essa audiência", realça Marcelo Generoso.



CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA



Comprometido com o ODS 5, apoiando a educação em seu projeto de RSE

Respeito e empatia são palavras levadas a sério no Cemitério PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA, uma instituição que adquiriu respeito, graças aos serviços prestados à população. Equiparado aos melhores e mais completos da América do Sul, possui uma completa infraestrutura, proporcionando conforto, segurança e serviços de excelência, isso desde o longínquo ano de 1992, uma história que poucas instituições do mesmo nicho conseguem alcançar no país!

CEMITÉRIO PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA tem como missão atender com excelência e respeito seus clientes, pelo desenvolvimento e oferta de produtos e serviços que contri-

buam para manter sempre viva as memórias mais felizes de pessoas especiais e muito queridas.

Com uma visão apurada, hoje, é uma empresa diferenciada no ramo de cemitério e funerária, com eficiência nacional e internacional, pela prestação de serviços qualificada e humanizada, eficiente, colaboradora a toda comunidade. Carregando em seu DNA a ética, tratamento humanitário, com honestidade, visando também um detalhe primordial para qualquer empresa, a Responsabilidade Social.

Cemitério Parque Memorial de Goiânia é uma entidade sem fins lucrativos, que reverte toda

a lucratividade do cemitério para a manutenção de creches, escolas, asilo, gestantes carentes, programa de amparo a jovens em situação de rua, complementos alimentares a famílias carentes e vários outros atendimentos.

Um breve relato sobre início das atividades e a função que a empresa exerce

O PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA – Cemitério e Funerária, tem como primazia atender com excelência seus clientes, por meio do desenvolvimento de oferta de produtos e serviços que manterão sempre viva a memória de pessoas queridas. Além disso, atuam com um modelo de gestão de negócios relacionada às dimensões sociais, ambientais



e econômicas, incentivando a conduta responsável de seus clientes e colaboradores, pautadas por valores, ética, humanismo, honestidade e responsabilidade social.

Em 1990, PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA foi vencedor de uma licitação que garantiu à Concessão Municipal a exploração de atividades de cemitério tipo “parque”, realizando serviços de sepultamentos, exumações e assistência funeral. As implantações desses serviços ocorreram por conta da necessidade urgente que esta instituição tem em obter fonte de recursos permanentes para manutenção de suas Obras Sociais cujos recursos financeiros obtidos são integralmente aplicados na execução de trabalhos filantrópicos. Diante disso, vem realizando excelentes serviços desde 1992.

O PARQUE MEMORIAL DE GOIÂNIA é um Cemitério Ecumênico equiparado aos mel-

hores e mais completos da América do Sul. Possui completa infraestrutura, proporcionando conforto, segurança e um conjunto de serviços como funerária, clínica e planos funerários. Um empreendimento caracterizado como um mercado consumidor, formado por pessoas que adquirem seus produtos e serviços.

Contando com uma rede de 93 funcionários, O Cemitério Parque Memorial de Goiânia consegue aliar os serviços de seu ramo de atuação e também promover o atendimento ao público.

Sobre responsabilidade social empresarial
Como finalidade principal, o Cemitério Parque Memorial de Goiânia visa atender todos os programas que são de Responsabilidade Social nas áreas da educação, saúde e assistência social. Todos esses projetos já estão consolidados e devidamente planejados

e, conta ainda com o auxílio da comunidade e órgãos governamentais.

Assim, o maior desafio é manter na comunidade e nos órgãos de Governo o interesse em auxiliar a comunidade carente e suas maiores necessidades de estrutura familiar e social para, desta forma, manterem a manutenção de todos os projetos.

Um orgulho chamado "Projeto de SER"

Seu projeto de maior importância contempla o atendimento às crianças em idade escolar da educação infantil moradoras de regiões de extrema pobreza que, totaliza um média de 1000 crianças por ano, com atendimento 100% gratuito em regime de educação integral.

Parque Memorial de Goiânia e seus objetivos de Desenvolvimento Sustentável

O Parque Memorial de Goiânia – Cemitério e Funerária, como mostra sua história, é comprometido com a sociedade, com o objetivo da promoção humana, da educação, da saúde e o desenvolvimento sustentável do meio ambiente, sempre pensando, em uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, caracterizado por ser uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum. Assim, trabalham para somar forças, gerar uma sociedade sustentável baseada no respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça econômica e uma cultura da paz.

Um trabalho de cumplicidade com seus clientes internos, externos e fornecedores

A instituição acredita piamente na forma de Gestão integrada, ética e transparência de suas ações, serviços e das relações com todos os públicos de interesse. Sendo assim, executam um trabalho de forma rápida e estratégica nas

relações internas e externas em sete pontos essenciais:

1º - Manter um bom relacionamento com seus clientes, atendendo de forma personalizada, com qualidade, rapidez e com foco na sua necessidade;

2º - Preparando a equipe para fazer um bom trabalho. Investimento em treinamentos para desenvolver as habilidades de seus colaboradores, buscando a primazia da qualidade;

3º - Motivação constante de sua equipe para garantir um atendimento com qualidade, desenvolvendo, assim, desafios, gratificações, plano de carreira, benefícios, investimento na qualidade de vida etc.;

4º - Controle do processo de administrar, controlar, organizar e realocar seus recursos de forma eficaz, de acordo com as necessidades de nossos clientes;

5º - Selecionar fornecedores que atendam situações de urgências com eficiência. Orientando, analisando os pontos críticos e propondo melhorias para que os problemas não interfiram em seu processo produtivo;

6º - Foco em seus clientes, tratando de forma exclusiva, a fim de ser notado;

7º - O feedback. É através desta resposta que alcançam seus pontos positivos e negativos, aplicando ações corretivas quando necessário para assim melhorar continuamente nossos processos.

Reputação corporativa empresarial

O ato de gerir e administrar uma empresa com eficiência e eficácia é o espelho que reflete a sua boa reputação aos diversos públicos com os quais se atende ao longo dos anos. É a partir da boa gestão que a instituição trabalha e consegue alcançar projetos bem-sucedidos, mas, caso esta não seja eficiente, comprometida, responsável, não adiantara ter bons produtos ou serviços, existe junção entre a relação gerir e prestar, vender serviços, se ambos, não estiverem em igualdade a empresa não terá boa reputação e nem destacará no mercado. Com este pensamento sólido e praticável a reputação corporativa e empresarial é um sucesso ao longo de tantos anos.



Estratégias responsáveis realizadas para alcançar a satisfação de seus stakeholders

Utilizando a técnica do brainstorming (tempestade mental), para alcançar a satisfação de seus stakeholders, todas as partes interessadas poderão contribuir com o desenvolvimento da empresa. Outra estratégia é a pesquisa de mercado e benchmarking com a concorrência. Os desafios vivenciados reduzem a probabilidade de que stakeholders de baixo interesse no projeto causem problemas, influenciando na colaboração daqueles que possuem interesse.

A importância da ética e Responsabilidade Social Corporativa

Tendo em mãos uma gestão ética e transparente para com o público interno e externo que se relaciona, acreditam na mudança e evolução do ser humano a partir dos bons exemplos que podem ser seguidos. Sua responsabilidade social corporativa abarca

os aspectos sociais, econômicos e ambientais, dimensões que serão alcançadas em parceria com boas atividades governamentais, incorporadas em uma visão de negócios voltadas às práticas em longo prazo.

Compliance e suas principais diretrizes e desafios.

Para a implantação de um programa de Compliance é necessário redefinir normas e procedimentos internos, com a criação de um manual de serviços e ações elaborando assim um código de conduta. Investindo em comunicação e treinamento, a empresa anualmente realiza ações em parceria com outros órgãos para manter seus colaboradores atualizados acerca da segurança e as novas legislações de conduta e trabalho. Dessa forma, o monitoramento é realizado continuamente, afim de identificar de forma preventiva os riscos, a má conduta e qualquer outro indício de irregularidade.



Cemitério



Funerária



Clínica



Planos PAX



**PARQUE MEMORIAL
DE GOIÂNIA**

Escritório/ Planos PAX

Avenida 1º Radial, 837,
Qd. 17, Lt. 05
Setor Pedro Ludovico
Goiânia- Go
(62) 3597-8420

Cemitério/Funerária

GO- 020, Km 08
Vau das Pombas
Goiânia-GO
(62) 3597-8100
(62) 99296-5023

Adquira nossos produtos e serviços pelo site:

www.memoriaviva.com.br

Fone: (62) 3597-8420

Email: contato@memoriaviva.com.br

FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL "FUNCIPRO" E ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL



O desenvolvimento econômico deve promover a adoção de uma visão estratégica

A FUNDACIÓN CIENTÍFICA PROFESIONAL "FUNCIPRO" Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL. Formam uma instituição dedicada à área educacional, que, de acordo com as universidades estaduais bolivianas, ministra cursos de pós-graduação, e um vasto público alvo no nicho de mercado, ofertando: diplomas, especializações, mestrado, doutorado, consultoria, treinamento corporativo, seminários, cursos de atualização e extensão, projetos de pesquisa e editoriais com um diploma de estado na área de pós-graduação Profissionais éticos e acadêmicos, na prática profissional, pesquisa e ensino, capazes de se destacar nas diversas áreas.

A "FUNCIPRO" Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL. nasce da necessidade de formar profissionais especializados, com forte interesse e orientação para assistência social e cooperação com a população de baixa renda.

A FUNCIPRO tem como objetivo capacitar profissionais da área de Pós-Graduação de acordo com sua área de conhecimento, ensinando valores éticos, humanísticos e a aquisição de habilidades que lhes permitam enfrentar os desafios da sociedade moderna.

FUNCIPRO e seus objetivos

1º - Realizar uma sólida formação de pós-gra-

duação em graduados, caracterizada pela especialização do conhecimento em cada área específica

2º - Determinar os critérios profissionais, através dos quais o aluno pode: resolver conflitos com base na interpretação e aplicação adequada do conhecimento adquirido

3º - Adquirir habilidades no uso de mecanismos e alternativas para resolução de conflitos na área específica.

4º - Desenvolver habilidades básicas para o exercício da atividade de pesquisa

5º - Realizar atualizações constantes para atender às necessidades de um mercado profissional tão competitivo

6º - Incentivar, através de cursos, módulos ou seminários, a ética e os valores profissionais em estudantes de pós-graduação

7º - Ter o melhor corpo docente local e internacional

Geração de empregos diretos e indiretos "FUNCIPRO" Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL assumem a sua responsabilidade não só social através do papel dos graduados de qualquer programa de pós-graduação, na aplicação

das novas competências adquiridas no curso de sua prática profissional, mas com a implementação de ações objetivas envolvendo a comunidade e se integram a ela, tais como ligações diretas com programas e projetos de extensão para a sociedade, ultrassom, campanhas gratuitas, eletrocardiograma, colposcopia, análises de glicemia e outros para as pessoas de baixa renda.

Profissionais que, depois de fazer sua Pós-Graduação dominam a área de Ultrasonografia, estão habilitados para aceder a novos empregos como ultrasonografias, e os funcionários em torno deles são considerados como empregos indiretos.

Programas de Responsabilidade Social Corporativa

Os patrocinadores da Fundação promovem projetos que beneficiam não só o indivíduo como uma entidade isolada, mas vão muito além, transcendendo social, cultural e cientificamente, e empenhada em contribuir para a construção da Bolívia que todos sonhamos. Visam elevar o padrão de vida da população humana de realizar diagnóstico precoce de qualquer condição que é suscetível a diagnosticar com ultrassom, de forma humana e livre.



Projeto de RSC elaborados

Assistência médica, prestação de cuidados médicos 365 dias por ano, de forma gratuita para pessoas pobres em todos os departamentos e províncias onde operamos institucional.

Metas de desenvolvimento sustentável

A sustentabilidade corporativa na "FUNCIPRO" Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA "FUNCIPRO" SRL passa por uma série de categorias, com base em sua própria atividade produtiva, modelo de gestão, escopo operacional, plano de crescimento, entre outros desafios de variáveis de contexto que enfrentam.

Sustentabilidade corporativa é uma abordagem que envolve conceitos muito mais amplas do que o tradicional negócio de gestão. Ele vai muito além de um plano de responsabilidade social corporativa e excelência acadêmica, tal como é concebido e desenvolvido através da incorporação de três ideias altamente ligados.

A Responsabilidade Social em si traz vários benefícios, incluindo pós-graduados, trabalhadores comunitários e, fundamentalmente, políticas de auxílio mútuo entre empresa, clientes internos, externos e fornecedores.

A finalidade de criar um potencial de profissionais de desenvolvimento de espaço no campo de cursos de quarto nível ou formação pós-gradual, que é a base desta proposta, parte da análise profunda das características socioeconômicas e culturais do departamento de Santa Cruz numa primeira fase, e do país a médio prazo, tal como expresso na projeção de FUNCIPRO no entendimento de que a qualidade de profissionais comprometidos com o processo e a possibilidade de excesso e trem parte contínua da garantia promoção do desenvolvimento econômico local, ou seja, se alimenta "a capacidade dos territórios para estimular o crescimento econômico, criar empregos, melho-

rar a renda e, finalmente, melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos". O desenvolvimento econômico deve levar à adoção de uma visão estratégica de mobilizar um conjunto coerente de orientações, decisões, programas e projetos, a fim de atingir os objetivos previamente definidos e acordados em conjunto.

A FUNCIPRO tem trabalhado duro e continuamente para alcançar prestígio e excelência acadêmica, oferecendo o que colocou a nossa instituição na liderança nacional e também constituem-nos como uma referência internacional na formação de Recursos de Ultrassonografia mantendo a estabilidade e conformidade dos clientes internos, eficácia e responsabilidade para fazer clientes externos se sentir seguro nas mãos de um profissional treinado em FUNCIPRO. Demanda constante e crescimento da «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. mantém abastecimento satisfatório e constante de seus fornecedores.

Reputação corporativa

A FUNCIPRO se tornou referência na formação e desenvolvimento de profissionais da área da Saúde ao nível nacional e em suas áreas de formação profissional, desfruta de boa atmosfera, possui equipamentos médicos com tecnologia de ponta e, através da participação em seus programas de desenvolvimento e responsabilidade social, assume como instituição de ensino a ambição de cultivar qualidade humana, assim, intensificando a participação conjunta em ações que beneficiem os menos abastados.

Satisfação & cumplicidade com stakeholders

Como uma instituição de ensino oferece as seguintes vantagens competitivas que os diferenciam de outras instituições:

a) Dedicção exclusiva à área do quarto nível de Ensino Superior, tais como cursos de pós-graduação de diplomados conducentes e não conducentes, especialidade, mestrado e doutorado que permite um alto nível de especialização e concentração de recursos e esforços.

b) A experiência adquirida pela «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL após catorze anos de trabalho bem-sucedido em campo de superação para profissionais da área de Ciências da Saúde e Educação. Vários grupos de formandos, cursos de sucesso e sólidos convênios internacionais que dão aval a esse desempenho.

c) Profundo conhecimento da cena nacional no qual a atividade é desenvolvida.

d) Compromisso absoluto com as políticas de Responsabilidade Social e Ação Social, objetivados através de planos de intervenção sistemática e colaboração com a comunidade realizada por sua controladora, a Fundación Científica Profesional FUNCIPRO.

e) A constituição e funcionamento de uma equipe especializada estável para a implementação de cursos de pós-graduação, cuja experiência fornece o know-how do novo empreendimento educacional.

f) A criação e funcionamento de acordos de colaboração e convênios para o desenvolvimento de cursos de especialização com as principais instituições dentro e fora do país, para dar aval ao desenvolvimento de novos programas de formação e garantir oportunidades de intercâmbio e de estágios para estudantes e cola-

boração para professores.

g) O prestígio alcançado pela instituição patrocinadora dentro da área de programas de melhoria contínua para os profissionais em ciências da saúde e professores universitários.

Tudo isso configura um panorama de vantagem e excelência para o desempenho da FUNCIPRO, que é consciente de sua responsabilidade ao empreender e constitui um elemento de diferenciação e vantagem competitiva objetiva.

Ética da organização e responsabilidade social da empresa

A FUNCIPRO trabalha e preza por quatro linhas ou áreas estratégicas para preservar a ética da instituição:

- Ética e Governança Corporativa.
- Qualidade de vida na empresa (dimensão social do trabalho realizado).
- Vinculação e comprometimento com a Companhia e seu desenvolvimento.
- Cuidados e preservação da vida e do meio ambiente.

Todas estas dimensões são articuladas com inerentemente para a mesma ética que exigem muito aplicação planejadas e organizadas de modo que a missão e a visão da «FUNCIPRO» Y ESCUELA DE ULTRASONOGRAFIA DE BOLIVIA «FUNCIPRO» SRL. esteja alinhada em todos os níveis para Responsabilidade Ética e Social Corporativa

PERU ENGINES S.A.C.



Sua principal força é fornecer um bom suporte técnico e dentro do prazo

A principal função da empresa é o Marketing e Suporte Técnico de Motores a Diesel e Grupos Eletrogêneos.

Esta empresa foi criada em 2006 para comercializar produtos com qualidade e preços competitivos, chegando ao mercado de produtos de origem da Coreia do Sul, foi uma decisão muito importante; já que, atualmente, as marcas que representamos são mais aceitas no Peru.

Os principais mercados para os quais comercializa são: marítimo, pesca, rios, minas e telecomunicações.

Responsabilidade social e meio ambiente

O projeto mais importante de RSE está principalmente ligado ao cuidado com o meio ambiente, uma vez que nossas linhas de serviço geram resíduos poluentes, atualmente estamos processando esses resíduos por meio de uma empresa certificada de gerenciamento de

resíduos sólidos e líquidos.

Sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A empresa está diretamente alinhada ao desenvolvimento tecnológico das fábricas na Coreia do Sul, que modificam anualmente o design de suas máquinas para reduzir as emissões de poluição; Desde 2019, eles já trabalham com motores de baixa emissão, operando-os com GNV (Gás Natural); e nós, como empresa, estamos alinhados com os mesmos objetivos.

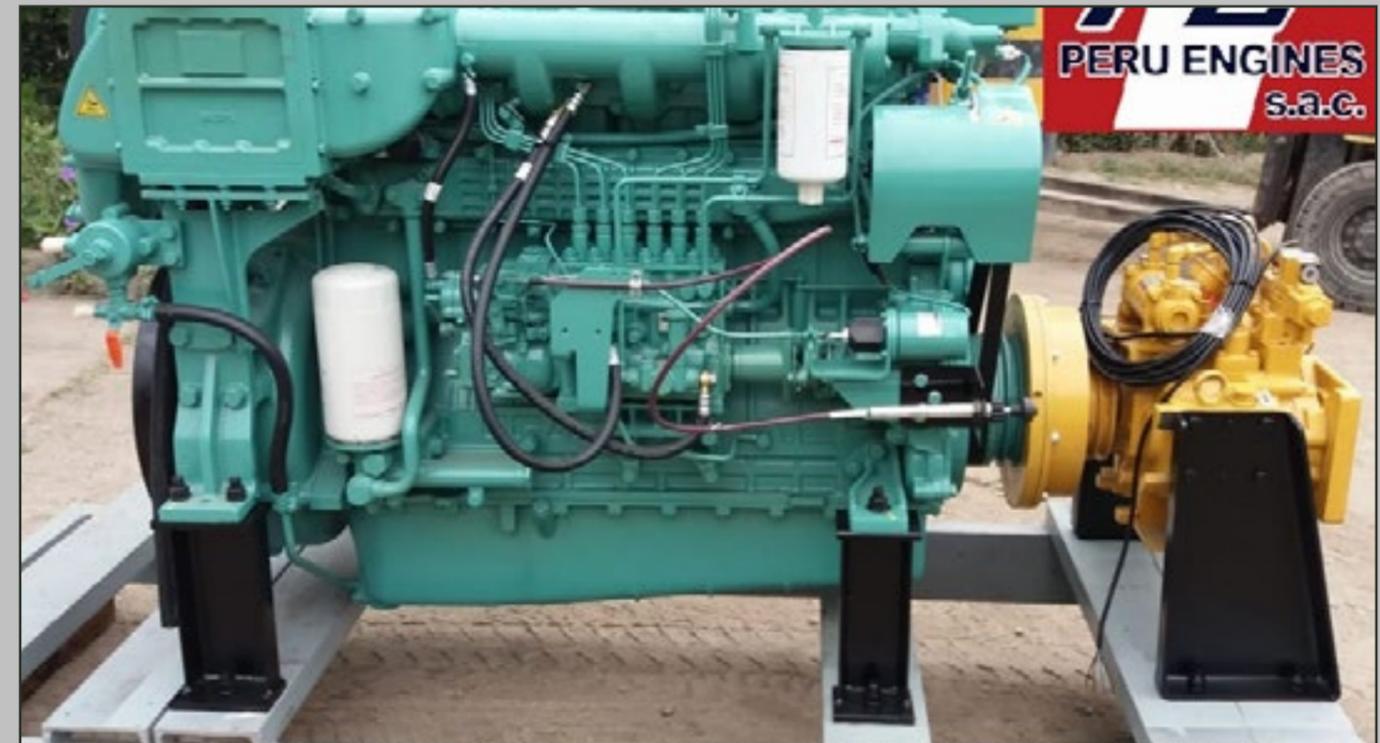
A maior força da empresa é "fornecer bom suporte técnico e pontual", esta é a nossa principal força, tanto para nossos clientes internos quanto externos; e com nossos fornecedores, mantemos uma relação comercial e financeira transparente, cumprindo os prazos estipulados.

Esse é outro aspecto que a empresa aplica em todos os momentos, entregando produtos de acordo com o que é oferecido e no prazo. Toda a nossa gestão trabalhista, financeira e tributária é totalmente transparente.

Ética e responsabilidade social corporativa são um dos principais pilares da nossa organização, o que nos levou a ter clientes alinhados com a mesma política.

A administração de nossa empresa é aprovada pela SGS, para a qual, nas auditorias registradas, esses aspectos são verificados pontualmente quanto à sua fiel conformidade.

O principal desafio da empresa é ser fornecedor para o Estado aplicando os padrões de Ética e Responsabilidade Social Corporativa.



MOTORES MARINOS E INDUSTRIALES, REPUESTOS ORIGINALES Y SERVICIOS GARANTIZADOS

CLÍNICA REKILIBRE



Um sonho de cuidar que se tornou realidade, “Eu não escolhi Neuropediatria, foi ela que me escolheu”, cita Fernanda Silva Custódio

Mesmo jovem, Fernanda Silva Custódio, tem muita experiência em sua área de atuação. Com isso, resolveu se mudar para a cidade de São José do Rio Preto em busca do seu maior sonho: ter uma clínica referência em Fisioterapia Infantil. Especializada em Intervenção Neuropediátrica na UfsCar, uma das maiores Universidades do Brasil em tratamentos, Fernanda afirma com todas as palavras que o seu maior intuito sempre foi a inovação, ajudando e atendendo a cada um de seus pacientes com qualidade e eficácia, podendo trazer a cada um deles melhor qualidade de vida nos am-

bientes que os cercam, através dos resultados de seus tratamentos.

Todo esse sonho passou a ser colocado em ação no ano 2014, quando a Clínica Reikilibre Físio foi fundada. Desde sempre, a empresa reúne profissionais altamente capacitados e especializados.

Atualmente, a Reikilibre Físio concretiza sua visão tornando-se referência em atendimentos voltados para a área de neurológica, tendo como serviços e especialidades o Método

TREINI, Método TREINI 0.7, MIG – Método de Integração.

Global e o Protocolo Peditasuit, que são os serviços mais procurados, além de Integração sensorial, CME®, Bobath, Treinamento locomotor, entre outros. Estes tratamentos são destinados a pessoas que tiveram alguma alteração no sistema nervoso central em geral. Os pacientes são atendidos com muita dedicação, garantindo máximo cuidado com a saúde e o bem-estar de cada um deles. A

te da Reikilibre Físio, o Administrador Osvaldo Rocha Junior veio para compor o time e a vida da Fisioterapeuta. Especialista em Administração Financeira e Controladoria e cursando MBA em Gestão Empresarial pela FGV, Osvaldo se mostra realizado com o trabalho administrativo feito, podendo ser o pilar de todos que os procuram através de sua função.

Ambos confessam que são apaixonados pelas suas profissões, e resolveram somar as duas áreas para ajudar a quem precisa com um trabalho competente e dedicado, realizado com muito amor e cuidado.

Mantendo a excelência nesta gama de serviços prestados, a empresa possui 28 empregados diretos e 02 indiretos, desta forma consegue suprir a grande demanda de trabalho!

clínica busca trazer a eles vivências de inclusão social através de seus atendimentos humanizados, promovendo qualidade de vida e foco nos resultados. A empresa é marcada por muito diferenciais, promovendo cursos e palestras para o aperfeiçoamento e atualização constantes.

A clínica trabalha com uma triagem específica, onde é traçado o melhor tratamento para cada paciente, fazendo com que ele se beneficie do que há de melhor. Hoje, à fren-

Sobre programas de responsabilidade social empresarial

A Clínica Reikilibre atua no programa de responsabilidade social desde a criação o INSTITUTO SER ESPECIAL.

O Instituto Ser Especial foi criado por mães de crianças com deficiência, e surgiu da necessidade de buscar melhora na qualidade de vida. Foi criado, juridicamente, com sede situada na clínica Reikilibre Físio. A diretoria do Instituto que trabalhou para essa rápida legalização, e da Dra. Fernanda Silva Custódio, que custeou toda legalização,

O instituto conta com o apoio e colaboração de todas as famílias para que juntos possam trabalhar em prol de todas as famílias e crianças com deficiência. É muito importante cada cadastramento, para saber a necessidade de cada um e poder lutar pela causa de todos.



A Clínica Reikilibre também atua ferozmente a favor dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Sua fundadora Fernanda Silva Custódio, frisa que "com os objetivos de um desenvolvimento sustentável, além de ajudar outras instituições e pessoas, podem melhorar o ser humano e desenvolver um mundo melhor."

O prazer pela satisfação de seus clientes internos, externos e fornecedores

Levando a premissa que a satisfação para seus colaboradores externos são o foco em resultado dos tratamentos, desta forma, estão sempre buscando o que há de melhor no mercado com atualizações em prol dos pacientes, alinhado com a sua Missão / Visão / Valores da empresa, com a sua essência e acolhimento. Com seus colaboradores internos, sempre procuram valorizar, com plano de carreira, meritocracia, décimo quarto salário, algumas flexibilidades de horários, assim incentivando o crescimento pessoal e profissional.

Uma de suas bandeiras são a reputação corporativa, sempre incentivando e alertando que para se ter uma boa gestão, todos devem seguir à risca os pilares da empresa.

Visão - "Ser reconhecida nacionalmente como referência em habilitação de pessoas, respeitando o alinhamento com nossos valores".

Missão - "Oferecer atendimentos humanizados com excelência, imprescindíveis

para inclusão social e qualidade de vida, através de uma equipe transdisciplinar qualificada com foco em resultados".

Valores - Ética, respeito e honestidade.

- Trabalho em equipe.
- Desenvolvimento Sustentável.
- Qualidade e melhoria contínua dos serviços para satisfação dos clientes.
- Compromisso com o crescimento e resultados.
- Inclusão Social.

Satisfação de seus stakeholders

O corpo profissional é unânime em afirmar que a satisfação e sustentação de seus stakeholders é gerada em cima da Visão / Missão / Valores da empresa, sempre em

busca de resultados e evolução dos pacientes alinhados com a essência dos Diretores / Proprietários.

Falando sobre Responsabilidade Social Corporativa, a ética é um dos valores da empresa Reikilibre, enaltecendo que tanto ela quanto a Responsabilidade Social são imprescindíveis para o bom andamento do negócio.

Sobre a implementação de um Programa de Compliance

A Clínica Reikilibre está em processo de desenvolvimento de um programa de compliance, mas já traçaram algumas diretrizes internas, tais como plano de carreira e meritocracia, pois com algumas diretrizes, acre-

ditamos que no processo do ganha ganha, o colaborador ganha, empresa ganha e com essas organizações o principal objetivo a ganhar é o cliente.

Conceito dos Diretores

"Desconfie do destino e acredite em você. Gaste mais horas realizando que sonhando, fazendo que planejando, vivendo que esperando porque, embora quem quase morre esteja vivo, quem quase vive já morreu" - Dra. Fernanda Silva Custódio.



CINTIA SOUZA SOCIEDADE DE ADVOGADOS



PRESENÇA NO MERCADO PARA TRABALHAR COM DIFERENCIAL

Sendo um dos mais bem estruturados da Região Metropolitana de Belo Horizonte o escritório Cintia Souza Sociedade De Advogados é amplo, moderno, confortável e, sobretudo, preparado para oferecer um suporte completo ao cliente. São 10 anos de credibilidade graças a seu trabalho, uma combinação de versatilidade no setor, qualidade no atendimento e resultado satisfatório com seus clientes.

Cintia Souza é uma advogada experiente que, há 10 anos, decidiu avançar na carreira e empreender. Começou a trabalhar em um home office, sempre com o desejo de evolução. É visionária, tendo como sua marca trabalhar com

diferencial trazendo na essência a busca constante pela excelência.

Ela se distingue pela constância do aperfeiçoamento que se converte em conquistas judiciais que mudam o destino de clientes e que trazem alterações importantes em vários contextos sociais. O "resultado" de tantos resultados excelentes que ela proporciona por meio do seu trabalho é o reconhecimento de instituições nacionais e internacionais, também. Mas, em meio a tantos prêmios conquistados, o principal reconhecimento vem da satisfação de cada cliente na rotina diária.

Hoje, seus clientes contam com profissionais experientes em todos os segmentos do direito tais como cível, trabalhista, criminal, penal, tributário, administrativo, previdenciário, consumidor. O escritório tem como foco atuar no setor de serviços, sendo especializados em oferecer todo o suporte para associações de Socorro Mútuo e de Proteção Veicular. Um trabalho de projeção nacional.

Seus advogados oferecem às associações serviços completos, desde a abertura do CNPJ à consultoria para diretores, colaboradores, acompanhamento de processos, dúvidas, estatuto, suporte em caso de acidentes, revisão de documentação, ações na Justiça Federal e tantos outros serviços. Devido a esse trabalho especializado já obtiveram êxito em muitas demandas judiciais e partici-



param, efetivamente, de conquistas decisivas para o segmento.

Nessa primeira década de trabalho, Cintia Souza montou uma equipe de alto nível que, hoje, é considerada uma das mais preparadas do mercado. Cintia Souza Sociedade de Advogados traz no currículo uma equipe qualificada que busca, constantemente, atualização. São 10 colaboradores ao todo, de maneira direta, porém, mais do que gerar emprego, o escritório tem como meta oferecer suporte de crescimento profissional e pessoal para equipe com treinamentos, benefícios e condições de trabalho favoráveis. Além disso, outros empregos são gerados indiretamente, via projetos, suporte de comunicação, eventos e demandas administrativas.

Trabalham conectados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável considerando-os como um chamado universal para ações contra a pobreza, para a proteção do planeta e a garantia de paz e prosperidade. Essa visão está "enraizada" na filosofia da empresa que tem como missão a garantia dos direitos, indistintamente, acima de tudo. Em cada um de seus processos, projetos, ações e eventos, esses objetivos são considerados em todas as suas vertentes.

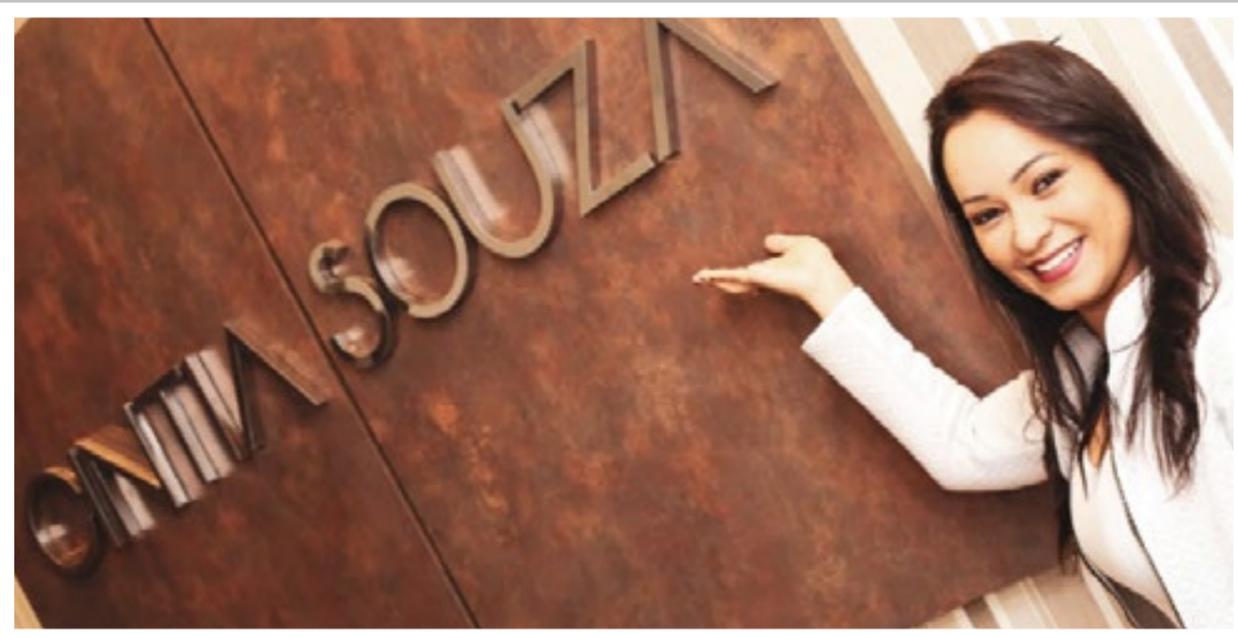
Sua gestão de sucesso é fruto de uma visão apurada, da destreza para dar andamento ao negócio, da competência para equilibrar a busca de resultados e qualidade no ambiente de trabalho e de uma postura de liderança. Assim são garantidos que os processos internos sejam bem organizados e que a equipe tenha um direcionamento de

alto nível para identificar oportunidades, ameaças, diferenciais e metas. Dessa forma, a empresa mantém o ritmo de crescimento e se posiciona no mercado com uma reputação de credibilidade.

Para proporcionar segurança a seus clientes, a transparência e a confiabilidade são duas características que o escritório proporciona. Enquanto no quesito satisfação, a equipe prioriza a qualidade, contando com uma rotina solidificada no sentido organizacional de alto nível, e o cumprimento de prazos, de modo a aliar a agilidade no andamento do trabalho com à excelência.

A identificação dos Stakeholders no processo de trabalho permitiu a Cintia Souza Sociedade de Advogados uma visão mais ampla de todos os envolvidos no processo e identificar como eles podem participar efetivamente. Uma das estratégias junto aos seus stakeholders é a participação de liderança da gestora da empresa na diretoria da Fenaben (Federação Nacional dos Bancos) que representa as associações Socorro Mútuo. Dessa forma o escritório contribui diretamente com o setor, compreende as demandas e recebe, também, contribuições dos envolvidos.

A ética e a responsabilidade social corporativa estão na pauta diária do escritório Cintia Souza Sociedade de Advogados. A gestão leva em conta todos os direcionamentos de trabalho, por entender que resultado não significa apenas retorno financeiro, mas também a satisfação, com marcas expressivas de verdade, de moral, de transparência, de qualidade de trabalho e de contribuição para os empregados, seus familiares, os clientes e a comunidade local, para que o valor se sobreponha aos custos, aos ganhos empresariais. O escritório entende que essas são primícias irretocáveis do trabalho.



Há 27 anos
transformando
nosso mundo!



contato@favinhodemel.com.br | www.favinhodemel.com.br

LEADSOLUTION



LEADSOLUTION

Alcançar o sucesso com os clientes é algo que começa com os funcionários

Ao observar a dificuldade do mercado de telecomunicações possuía em criar um elo entre o prestador de serviço digital e seus possíveis clientes, Natan David Diglio fundou a Leadsolution, uma agência de marketing digital com diversas plataformas e tecnologias para que a marca de seus clientes adquiram visibilidade do mercado e conseqüentemente gere um aumento expressivo de vendas e demandas.

Tendo em vista essa necessidade o fundador enxergou uma oportunidade e decidiu arriscar na criação de um sistema de geração e controle de Leads (possíveis clientes). Nesse são criados cadastros, em uma webpage (denominada Landing Page), a partir da solicitação da contratação de produtos e serviços, deste

modo facilitando os negócios no mercado b2b (business-to-business).

Natan David Diglio já possuía experiência no mercado de Telecomunicações e conhecia a dificuldade dos operadores de telefonia celular em atraírem mais clientes principalmente no mercado b2b, sendo elas seus primeiros clientes. Hoje a empresa, com mais de uma década de experiência, atua em diversos segmentos devido a flexibilidade de seus serviços, dentre eles: automotivo, consórcio, educacional, financeiro, imóveis, saúde, seguros, telecomunicações. A Leadsolution possui hoje 50 empregados diretos, e estimam por volta de 75 indiretos.

Sua equipe de performance realizam todo o acompanhamento e mapeamento do público alvo de seus clientes e ainda determinam quais os canais de comunicação com os melhores desempenhos.

Empenhados pelo respeito e a tutela tanto dos direitos humanos quanto dos modelos de trabalho, o Código de Ética e o Mode-

lo Organizativo do Grupo foram inspirados nos dez Princípios do Pacto Global (Global Compact), promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU), estes abordam as matérias de direitos humanos, proteção do meio ambiente, condições de trabalho e combate à corrupção.



A responsabilidade pelas políticas relativas aos direitos humanos e às condições de trabalho é do responsável pela função Recursos Humanos e Segurança, que responde diretamente ao Presidente. Em relação aos fornecedores externos, como Política de Responsabilidade Social são reportados os princípios nos quais se inspiram as ações da LEADSOLUTION, tanto no Brasil quanto no exterior, de modo a garantir o cumprimento de suas políticas quanto a:

- Trabalho Infantil;
- Trabalho Forçado;
- Saúde e Segurança;
- Liberdade de associação e direito à negociação coletiva;
- Discriminação e Assédio;
- Valorização da Diversidade;
- Procedimentos Disciplinares;
- Horário de Trabalho;
- Remuneração.

A empresa não utiliza tipologias contratuais contrárias às disposições da lei ou destinadas a evitar as proibições e as obrigações previstas pelas normas atuais. Assim como se empenha em adequar-se às leis nacionais e as convenções internacionais em matéria de responsabilidade social.

Para a Leadsolution a Sustentabilidade não se trata de um modismo e sim de uma realidade no contexto empresarial, o que acarreta alterações gradativas de comportamentos e de valores nas organizações, devendo estar presente nas decisões de seus administradores e balizar seu relacionamento com a sociedade.

Em busca de uma gestão sustentável, e ciente de sua responsabilidade, a empresa se compromete e estimula a adoção por parte de seus fornecedores, parceiros e empresas contratadas, os seguintes princípios:

- Licenciamento Ambiental;
- Consumo de Água e Energia;
- Comunicação Ambiental Externa;
- Gestão de Resíduos;
- Ciclo de Vida dos Produtos;
- Emissões Eletromagnéticas;
- Geração de Ruídos;
- Investir em Inovações tecnológicas;
- Respeito às Leis trabalhistas do país;

Não utilização de qualquer forma de discriminação, (raça, cor, religião etc.);

- Fornecimento de um sistema de atendimento ao consumidor (SAC);
- Uso de contratos com consumidores e outras empresas que sejam claros e objetivos.

A gestão dos aspectos ambientais é regida por procedimentos específicos, além de modelos de relatórios e indicadores de Sustentabilidade.

Com a premissa de que para alcançar o sucesso com os clientes, com o intuito de proporcionar experiências que os agradem, deve-se primeiro preparar os funcionários. Por isso, realizam investimentos de modo a treiná-los, reforçando os comportamentos positivos e assegurando que adquiram habilidades nos múltiplos canais de comunicação. Visando garantir essa ideia, adotaram algumas soluções para medir a percepção de seus clientes em relação ao atendimento, desde encontros face a face até conversas por telefone, comunicações digitais e qualquer outra forma de contato.

Dentre as estratégias de fidelização de seus clientes, destacam que a Leadsolution possui seis princípios básicos de atendimento a seus clientes, pois reconhecem que um bom atendimento vai muito além de tratar bem, com honestidade e boa educação com os clientes, fornecedores e colaboradores, isto é apenas uma obrigação. O diferencial está no profissionalismo de enfrentar objeções e estruturar um processo de atendimento adequado as necessidades do solicitante. A seguir os seis princípios de um bom atendimento para

Leadsolution:

- Entenda seu cliente, fornecedor, colaborador;
- Sinta prazer em servi-lo;
- Não rime seu atendimento com antipatia;
- Mantenha comunicação com segurança, clareza, objetividade e transparência;
- Não abandone seus clientes, fornecedores e colaboradores;

Fale a língua do bom atendimento

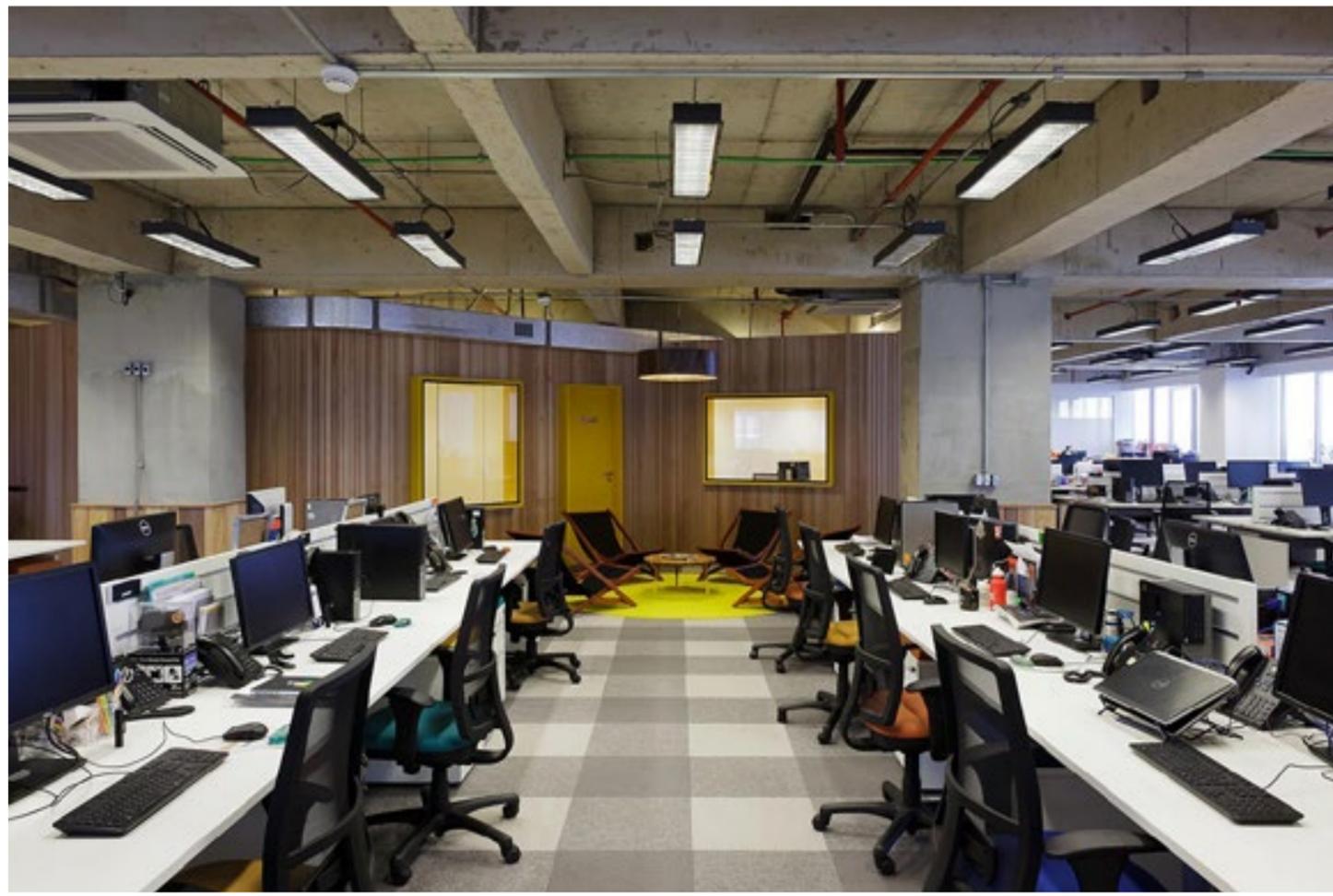
Por garantir uma maior participação no mercado a reputação é um grande componente para a estratégia de crescimento da empre-

sa. Sua aquisição ocorre apenas quando provado que o investimento na empresa produz grandes benefícios ao longo de sua trajetória. Uma boa reputação oferece uma excelente visão do negócio para a organização, evidenciando que o empreendimento que realmente faz aquilo que diz e não é feito apenas de promessas.

A reputação é um aspecto considerado importante para a longevidade da empresa, especialmente em momentos de crise. Recessões podem ser contornadas por uma boa reputação, pois o público tende a apoiar e ser mais fiel a negócios com essa característica, é uma questão de confiança no produto ou serviço, que seja de qualidade e produzido por uma empresa que preze pelo melhor.

Com os avanços tecnológicos, o abandono da verticalização caracterizado pelo modelo de produção taylorista e os clientes cada vez mais exigentes, a Leadsolution busca dia após dia o aprimoramento em áreas impactantes como meio ambiente, informática, automatização, benchmarking, entre outros; Porém isso traz como consequência no ambiente interno da organização um grande desgaste mental e físico de todos os colaboradores. Por isso a empresa vem mudando o pensar empresarial, de funcional para sistêmico ou por processos, onde cada departamento ou setor será importante na etapa seguinte, com isso seus funcionários deixam de serem classificadas como meros robôs e passam a assumir um papel fundamental e decisivo.

A Gestão Estratégica de Pessoas é o equilíbrio indispensável na Leadsolution, pois busca entender os colaboradores e o contexto no qual estão inseridos, alicerçando e compactando num único horizonte a satis-



fação de cada um dos envolvidos ao mesmo tempo em que alavanca as mudanças e tomadas de decisões que a organização tanto necessita. Para obter êxito nessa gestão todos na empresa precisam assumir a responsabilidade de gerenciar e liderar pessoas.

A Leadsolution tem hoje seu sistema de compliance implantado, porém, ainda está em busca da perfeição para que o sistema fique 100%. As principais diretrizes adotadas são:

- Faça uma análise de riscos.
- Monte um plano de ação.
- Crie um código de conduta.
- Estabeleça canais de comunicação.
- Capacite os colaboradores.
- Monitore o funcionamento do programa.
- Avalie e corrija problemas.

Colocar em prática e de maneira efetiva foi o maior desafio enfrentado. Por um lado, é necessário adotar o compliance nos moldes determinados pela lei, de outro, ele também deve respeitar as próprias particularidades da companhia, do segmento de atuação da empresa, bem como a relação com os clientes e fornecedores. Porém, sobretudo, um programa de compliance deve ser acolhido por todos os colaboradores.

Não adianta tentar aplicá-lo com adesão somente da alta administração. A cultura ética deve ser percebida em todos os níveis da organização, para tanto a etapa de comunicação foi essencial para que todos tivessem conhecimento sobre as diretrizes e fossem conscientizadas sobre a sua contribuição nos valores éticos da empresa.

A large advertisement for Leadsolution. The main image shows a man in a brown trench coat and hat, holding a magnifying glass over his eye, looking intensely at the viewer. The text is overlaid on the image.

HOJE

PROCURAR CLIENTES VIROU TRABALHO DE ESPECIALISTA

AJUDAMOS VOCÊ A ACHÁ-LOS.

AGÊNCIA LÍDER NO SEGMENTO DE LEAD GENERATION NA AMÉRICA LATINA.

GERAÇÃO DE LEADS QUALIFICADOS. PLATAFORMA DE WHATSAPP MARKETING. CAMPANHAS ONLINE COM FOCO EM PERFORMANCE.

PLATAFORMA DE MÍDIA PROGRAMÁTICA. ENVIO E GERENCIAMENTO DE MENSAGEM FONADA. CAMPANHAS E GERENCIAMENTO DE GOOGLE, FACEBOOK, TWITTER, BLOGS, PORTAIS.

PLATAFORMA DE SMS MARKETING. DISPARO DE EMAIL MARKETING PARA BASES SEGMENTADAS. COMPRA ESTRATÉGICA DE MÍDIA ONLINE.

LEADSOLUTION
A FORMA MAIS EFICAZ DE APROXIMAR O CLIENTE DA SUA EMPRESA.

(11) 2823-2083
WWW.LEADSOLUTION.COM.BR
CONTATO@LEADSOLUTION.COM.BR

iab.

GUINO E MOTTA SOCIEDADE DE ADVOGADOS



GUINO & MOTTA
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

JUNTOS SEMPRE SOMOS MAIS FORTES

Guino e Motta Sociedade de Advogados presta serviços de Assessoria Jurídica na cidade de Taubaté/SP, atuando em diversas áreas do direito como Trabalhista, Cível, Processo Civil e Tributário, Prestação de serviços em diversos segmentos, incluindo: autopeças, empreiteiras, seguradoras, Shopping Centers e empresas do ramo hoteleiro. Com foco na solução do problema e o conflito de seus clientes, atuando de forma preventiva e contenciosa. Apesar de trabalharem juntas desde 1999, as advogadas Juliana Rodrigues Guino Camargo e Gabriela Ain da Motta de Souza inauguram o escritório em 2011.

Com 8 colaboradores, sendo 7 advogados e 1 secretaria-administrativa, a sociedade atualmente realiza seus serviços nas regiões do Vale do Paraíba, litoral norte do país, sul de Minas Gerais e a Grande São Paulo; a sociedade conta ainda com parcerias de escritórios de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia e Brasília, visando à melhor relação com os seus clientes.

O projeto mais importante de Responsabilidade Social Empresarial implementado pelo escritório foi a parceria com o Projeto Carbon Stop para a plantação de mais de mil mudas de árvores, em conjunto com a empresa da

irmã (3G3 - Guino Consultoria Empresarial). Com base na quantificação das emissões de gás carbônico equivalente, que é uma padronização do potencial de aquecimento global, e através de uma ferramenta de cálculo tiveram como resultado o plantio de árvores para a compensação das emissões de carbono de todo consumo de papel e combustível de seus clientes e colaboradores daquele ano.

Dentre outros de seus programas de RSE estão: utilização de materiais reciclados; exclusão de qualquer consumo de plástico no escritório; patrocínio cultural nas modalidades de natação e corrida de paratletas de Taubaté/SP, como também para o Teatro e a Música da cidade Taubaté, entre outros pequenos trabalhos sociais.

Com seus clientes e colaboradores atuam sempre de forma a entender as necessidades e juntos traçam metas e constroem uma estratégia para alcançar o resultado, de modo seguro e dentro dos princípios éticos que norteiam a atividade jurídica. Sempre buscam escutar todos os envolvidos e acreditam que em conjunto conseguem trazer a sua função o espelhamento correto da situação e atuar de forma positiva no resultado.

Para a Guino e Motta Sociedade de Advogados a reputação corporativa é o ponto principal de todo e qualquer funcionamento corporativo. Com uma boa gestão garante-se pessoas satisfeitas e comprometidas com o trabalho, conseqüentemente, gerando um resultado eficaz.

São extremamente exigentes quanto a ética e comprometimento, estas características são vistas como pontos âncoras de toda e qualquer relação e apenas aqueles com os mesmos princípios conseguem permanecer juntos a Guino e Motta Sociedade de Advogados. Após essa década de trabalho, alcançaram sua melhor equipe corporativa de atendimento ao cliente e de satisfação interna.

Em relação a compliance, como escritório de advocacia, não só implementam como atuam junto de seus clientes, orientando todos os pontos frágeis de qualquer impacto negativo e os riscos do compliance. Para Guino e Motta, "o maior desafio é sempre mudar a mentalidade corporativa e a dificuldade de implementar o 'novo', criar regras, procedimentos e processos seguros junto a cada área do cliente, para que após, consigam seguir de maneira natural."



KAPA PAVIMENTAÇÃO



Promovendo ações de bem estar e endomarketing

A Kapa Pavimentação é uma empresa de infraestrutura, voltada para a pavimentação. Iniciou suas atividades em dezembro de 2012, atendendo a demanda existente em concessionárias de rodovias por empresas especializadas em manutenção e conservação de pavimento.

O foco da Kapa Pavimentação é o setor privado, atendendo à demanda de concessionárias de rodovias, loteamentos e venda de material usinado para pavimentação. A empresa gera 210 empregos diretos e aproximadamente 70 indiretos.

A Kapa Pavimentação busca executar seus serviços com níveis de excelência em segurança, qualidade e prazo, atendendo às expectativas de seus clientes externos, enquanto promove ações de bem estar e endomarketing para satisfação de seus clientes internos e fornecedores.

Sua estratégia é de gestão horizontal, em que todos os envolvidos fazem parte do processo de decisão. Desenvolvem metas em que todos dependem do resultado do time, e não de alcance individual; fazem reuniões onde líderes podem apresentar as falhas e avanços



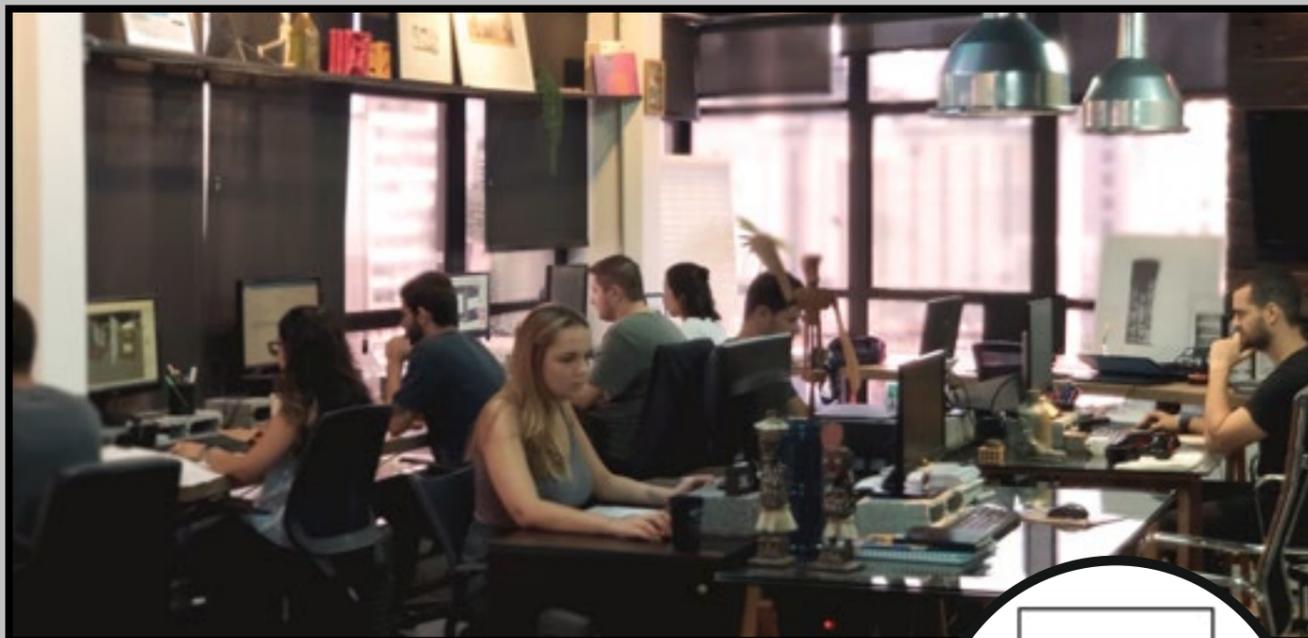
nos processos e projetos da empresa, buscando sempre o melhor para sua organização e parceiros, sejam eles colaboradores, fornecedores ou clientes.

Ética e a Responsabilidade Social Corporativa

A empresa Kapa implantou este ano seu plano de ética, com ações de divulgação interna, bem como sua missão e valores, com participação de todos os colaboradores.



PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS LTDA



Investindo em responsabilidade social corporativa, prezando pelo bem das pessoas.

A PAINEL Arquitetos Associados Ltda. presta serviços de arquitetura de edificações e interiores com excelência em projetos diferenciados. Iniciaram suas atividades em 2012, com a propósito de inovar e de não praticar a forma comercial e fria que a arquitetura muitas vezes é tratada. Começaram constituída de três sócios, Henrique Hoffman, Gustavo Campana e Paulo Emílio Carneiro.

Desde os primeiros projetos, buscavam atender o prazo e escopo, mas sempre com um diferencial, algo que promovesse uma experiência inovadora e surpreendente ao cliente.

Assim, rapidamente expandiram sua atuação em praticamente todo o Brasil com projetos de Shoppings Populares e Feiras. Posteriormente, ganharam espaço no mercado com projetos Prediais, Casas de alto padrão e, ainda, com o setor hoteleiro, no qual inclusive foram premiados por uma rede de hoteleira multinacional pela qualidade dos serviços prestados. Atualmente trabalham em mercados do tipo B2C e B2B, atendendo desde grandes companhias, como redes hoteleiras ou construtoras, até o cliente final, como lojas e pessoas físicas.



Programas de Responsabilidade Social Empresarial

A PAINEL Arquitetos Associados Ltda realiza projetos personalizados e customizados. Buscam entender primeiramente a real demanda para então propor soluções e ações diretas e adequadas para melhor atendimento ao cliente.

Seus Programas de Responsabilidade Social Empresarial são divididos em duas vertentes, sendo interna (colaboradores) e externa (sociedade).

Os principais programas RSE de ação interna foram a implementação dos Gestores dos Sonhos, que constitui no uso de viagens para formação de equipe e no uso de treinamentos de aprimoramentos em Softwares e Ferramentas Digitais. Gestores dos Sonhos como projeto é motivo de orgulho na empresa por representar seu propósito, prezar pelo bem das pessoas.

Gestores dos Sonhos foi apenas possível pelo trabalho dedicado durante meses com cada colaborador da PAINEL Arquitetos Asso-

ciados, buscando quais eram seus principais sonhos e anseios, dentro e fora da empresa. "Buscar sempre pelo bem-estar da equipe, acreditando que a melhoria do clima interno é essencial para a interação e evolução das pessoas e das empresas".

Já na vertente de ação externa, realizam doações de projetos arquitetônicos, como exemplos: O Projeto de acessibilidade para ONG Moinho Cultural – Pantanal – MS que trouxeram como resultados positivos acessibilidade física, conforto e tranquilidade para milhares de crianças; A intervenção na construção de uma casa em Nova Lima – MG a partir do feedback do engenheiro responsável apontando a situação crítica do projeto e os riscos que seus moradores estariam sujeitos como o provável desabamento, o que poderia ter acarretado em mortes; dentre outros projetos de assistência social.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Todos os projetos arquitetônicos são elaborados considerando a importância da sustentabilidade, tendo em vista o consumo e a produção responsáveis para as Cidades e Comunidades. A associação traz em sua metodologia e em seu cotidiano os princípios do trabalho decente e crescimento econômico, bem-estar, inovação, parcerias, paz e justiça entre outros fazem parte da sua metodologia e cotidiano.

Compliance

O Compliance está sendo implementado gradativamente. Atualmente, seus contratos possuem cláusulas acerca do tema. Neste contexto, dentre as principais diretrizes implementadas estão a análise de empresas no quesito corrupção, não são firmados contratos com empresas com suspeitas ou envolvidas em corrupção, e a prática do Due Diligence antes do fechamento de cada contrato como uma forma de avaliação de risco prévia da contratação.

Por ser uma empresa de pequeno porte, um dos desafios para a PAINEL é de criar um setor exclusivo, dentro da empresa, de Help Line com intuito de promover um ambiente para questões e preocupações associadas a atividades antiéticas e ilegais.



HÁ 8 ANOS NO MERCADO, A PAINEL ARQUITETOS ASSOCIADOS ALIA CRIATIVIDADE COM RESPONSABILIDADE, VISANDO SEMPRE A EFICÁCIA E O MELHOR RETORNO PARA O CLIENTE. A EQUIPE CONTA COM PROFISSIONAIS COMPETENTES, FOCADOS NA PRODUTIVIDADE E COMPROMETIMENTO COM O PRAZO E QUALIDADE DO SERVIÇO.

 WWW.PAINEL.ARQ.BR

 PAINEL_ARQUITETOS

 PAINELARQUITETOSASSOCIADOS

 55 31 25553663



GRUPO CALA PERÚ



A reintegração social seu grande projeto de responsabilidade social corporativa

O Grupo CALA é uma empresa Multinacional cuja missão é criar famílias e lares impecáveis, sendo os melhores aliados do lar e cuidados pessoais através dos produtos que oferecem; deliciando, inspirando e transcendendo de geração em geração. Fabricam e comercializam mais de 6 marcas nos territórios do Peru, Colômbia e Venezuela (Ña Pancha, Caricia, Moncler, Supremos, Tras, Cristal).

A empresa nasceu em outubro de 2015 após a aquisição de marcas da empresa transnacional Procter & Gamble e iniciou suas operações no mesmo ano no Peru, Colômbia e na Venezuela em 2017. No momento, a CALA está presente

nas operações de Manufatura e Distribuição, também possui escritórios administrativos na Cidade do Panamá.

A CALA atinge todo o território nacional dos 3 países e abrange os diferentes tipos de pontos de venda existentes em cada mercado. Chega diretamente às mais importantes cadeias de supermercados e farmácias de cada país e, por meio de uma rede de aliados comerciais, aos diversos pontos em que os consumidores se abastecem: armazéns, bancas de mercado, supermercados independentes, praças atacadistas etc.



Programas de Responsabilidade Social Corporativa

CALA participa de vários programas de responsabilidade social que se concentram em uma variedade de questões, como reintegração social de pessoas abandonadas e sem-teto, cozinhas de sopa em populações vulneráveis, atendimento de câncer para idosos e bolsas escolares.

O grande desafio é encontrar empreendimentos sociais sem fins lucrativos que compartilhem os valores de nossas marcas e parceiros.

Eles se envolveram em projetos de RSE com base nos interesses e sugestões de seus próprios colaboradores e comunidades. Eles se envolvem, participam e contribuem com fundos para expandir os benefícios e o impacto de cada projeto. O projeto mais significativo é o Panabus na Venezuela. Panabus é uma rede de assistência a pessoas sem-teto que promove sua reintegração social. Seus funcionários realizam trabalhos voluntários em suas unidades móveis e doam uma porcentagem de suas vendas para a continuidade do programa.

Na Colômbia, eles participaram do programa "Fútbol con Corazón" [Futebol com Coração]. Uma empresa social que usa o futebol para desenvolver valores e habilidades para a vida infantil, suas bolsas de estudos permitem o acesso a uma educação de qualidade em comunidades vulneráveis. Sempre orgulhosos e felizes em ver o crescimento de aliados afiliados à FCC, o que lhes permite procurar novas plataformas sociais que exigem suporte para sua expansão.

Eles sabem que os programas de RSE devem ser mantidos ao longo do tempo e não temporários; portanto, eles estão formando sua equipe de voluntários da CALA, onde coletam as expectativas que os funcionários têm a respeito e como podem encontrar e ingressar em associações, fundações, entre outras, para participar ativamente e alcançar as pessoas que mais precisam de nossa contribuição. Para este ano, está dentro de seu plano encontrar um aliado com quem realizar um programa de RSE no Peru.

Sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Eles comercializam apenas produtos e suprimentos biodegradáveis com certificações

“livre de crueldade”, “óleo de palma sustentável” e seus processos industriais não poluem o meio ambiente (zero ruído, emissões físicas e químicas).

Seu objetivo corporativo os orienta a trabalhar com orgulho para satisfazer e exceder as expectativas de seus consumidores, clientes e colaboradores. Eles acreditam que o sucesso sustentável só é alcançado quando todas as partes interessadas se beneficiam de sua gestão. Consequentemente, eles se dedicam a interagir com cada uma dessas entidades para identificar seus interesses, necessidades, co-projetar novos planos de negócios e definir medidas específicas de desempenho que são revisadas, juntas, regularmente.

Reputação corporativa

Seu modelo de negócios baseia-se exclusivamente na confiança que seus consumidores, colaboradores e aliados comerciais depositam em suas marcas diariamente; portanto, eles protegem rigorosamente sua reputação.

O objetivo do negócio, a cultura organizacional, a estrutura de governança corporativa, o programa de RSE, as certificações externas e a seleção de parceiros de negócios são ferramentas fundamen-

tais que garantem a estrita conformidade com as boas práticas de negócios e cuidam da sua imagem.

Ética e Compliance

Eles consideram que a empresa e os indivíduos fazem parte do tecido social em que operam; portanto, eles exigem o cumprimento do código de conduta em cada membro da organização, além de garantir que suas práticas de negócios contribuam constantemente para a sociedade.

Eles têm um rigoroso programa de conformidade que garante que operam de forma ética, sustentável e responsável. Implementar manuais de conduta, documentar políticas e procedimentos para todas as atividades, avaliar os riscos e controles internos da empresa mensalmente por meio da governança corporativa, possibilitar um canal de relatórios e realizar de uma forma proativa auditorias periódicas com entidades externas e governamentais.



COMPAÑÍA DE ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y ASEO



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

CALA

Lima - Perú
Av. Primavera 517 Of 404
Urb Chacarilla del Estanque
Distrito: San Borja
Provincia y departamento de Lima
+51 960 263 560

 @DetergenteCaricia
@JabonMoncler

 www.grupo-cala.com
www.caricia.pe
www.mimoncler.com



Familias impecables
Familias CALA



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY IS OUR MISSION

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG