



QUALITY

MAGAZINE

NOTA CENTRAL

**EL NEGOCIO RESPONSABLE Y LA
NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD**

ESPECIALISTAS

Un análisis responsable para una economía circular

Lic. Cristina Amalia Lopez

Responsabilidad Social y Negocios

Lic. Juliana Nascimento

El rol emergente del liderazgo empresarial
en la construcción de un futuro sostenible:
día mundial del medio ambiente

PhD. Marcelo Rodrigo Vasquez Lema

La empresa responsable y la nueva
visión de la sostenibilidad
Día Mundial del Medio Ambiente

Lic. Neris M. Ramos Acevedo



ENTREVISTA ESPECIAL

DR. ROBERTO LUIS IBARRA WILEY
MEDICALTECH LABORATORIOS SA DE CV

+16
PERFILES
EMPRESARIALES

LA RED DE MAYOR CRECIMIENTO MUNDIAL



MENTORES GLOBALES RGM

AQUÍ COMIENZA
TU CAMINO A LA
JERARQUIZACIÓN
PROFESIONAL

BMP

Basic
Mentoring
Practitioner



01



FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN

ACADEMIA VIRTUAL + CENTROS OFICIALES

3 NIVELES DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

CXPM

Certified Expert
Professional
Mentor

03

CPM

Certified
Professional
Mentor

02

COMUNIDAD GLOBAL DE MENTORES CERTIFICADOS

- PRESTIGIO
- OPORTUNIDADES
- BENEFICIOS

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



INDICE

06

PALABRAS DEL PRESIDENTE

DR. DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA - CEO & FOUNDER

08

EL NEGOCIO RESPONSABLE Y LA NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

09

LA NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD DESDE EL SECTOR MODA DISEÑO, TECNOLOGÍA Y GESTIÓN: UN ANÁLISIS RESPONSABLE PARA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

Lic. Cristina Amalia Lopez

17

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y NEGOCIOS

Lic. Juliana Nascimento

20

EL ROL EMERGENTE DEL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN FUTURO SOSTENIBLE: DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

PhD. Marcelo Rodrigo Vasquez Lema

24

LA EMPRESA RESPONSABLE Y LA NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD DÍA

Lic. Neris M. Ramos Acevedo

29

ENTREVISTA ESPECIAL:

LABORATORIOS MEDICALTECH CV

DR. ROBERTO LUIS IBARRA WILEY

34

NOTA CENTRAL

EL NEGOCIO RESPONSABLE Y LA NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

40

REPORTAJES:

41	MOBI LOGÍSTICA
44	LABORATORIO CLÍNICO NEOLAB
47	MS CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS
50	WORLD POST
54	BLUEZONE REALTY INTERNATIONAL
57	HEMP ECUADOR LABS
61	PRODIMEDA CIA LTDA
64	NETA SYSTEMS SA DE CV
67	RAIO RASTREADORES DE VEÍCULOS
70	BISTRÔ LOUISE DESDE 2017
73	FAST4YOU FRANCHISING LTDA
77	SOLUTTION
81	GRUPO RHONNA
85	AMBSOLUTION ENGENHARIA AMBIENTAL
89	SPA B.WELL
93	TEIXEIRA DE GODOI SOCIEDADE INDIVIDUAL DE ADVOCACIA



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

LIC. PAULA PONTES
VICEPRESIDENTE EJECUTIVA
paula@laqi.org

LIC. JUAN LUIS CORREA
DIRETOR GERAL
QUALITY MAGAZINE
jlicorrea@laqi.org

LIC. THIAGO MONTANARI
EDITOR JEFE
thiago@laqi.org

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

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO
PERIODISTA
lucas@laqi.org

LIC. SEBASTIÁN CÁCERES
COMUNICAÇÃO SOCIAL
sebastian@laqi.org

LIC. GIULIANA RIOJA
MANAGER - PROJETOS ESPECIAIS
giuliana@laqi.org

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

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

LIC. EMILIO DANINO
LOGISTICA INTERNACIONAL
emilio@laqi.org

PALABRAS DEL PRESIDENTE

¡Bienvenidos al número 264 de nuestra Quality Magazine!

Como siempre, es un placer escribirles en este espacio, queridos #LAQInoamericanos. En esta edición destacamos un tema de gran valor para todos los sectores, en especial el empresarial: el cuidado del planeta. Sabemos que el asunto involucra a todos los países vinculados a LAQI y está totalmente relacionado con el Día Mundial del Medio Ambiente, que se celebra el 5 de junio.

Con eso, queremos que esté siempre comprometido y preparado, con información relevante, para liderar el cambio. Por ello, queremos contribuir con contenidos de calidad para enriquecer la percepción sobre el tema.

Como sabemos, las acciones ESG y los Objetivos de Desarrollo Sostenible están entrelazados y requieren prácticas concretas de nuestros líderes empresariales en la búsqueda de la sostenibilidad. En vista de esto, las pautas ESG se muestran como la sostenibilidad en sí misma y refuerzan la necesidad de un negocio responsable. Por lo tanto, todos los procesos deben estar guiados por la observación de la calidad, la responsabilidad, la ética y la excelencia.

También en esta edición, hacemos referencia al Día Mundial del Medio Ambiente, que llamó a todos, este mes, a la reflexión y destacó los peligros que enfrenta el planeta. También elaboramos un perfil de 16 miembros de nuestra Organización que están comprometidos con el Modelo de Responsabilidad Total de LAQI.

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

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraterno.

Daniel Maximilian Da Costa
Fundador y CEO
Latin American Quality Institute





Certificamos que

QUALITY MAGAZINE

es socio de la

SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA

SECRETARIO

PRESIDENTE

MSG

**EL NEGOCIO RESPONSABLE Y LA NUEVA
VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD**

La nueva visión de la sostenibilidad desde el sector moda Diseño, Tecnología y Gestión: un análisis responsable para una economía circular



**Por: Lic. Cristina Amalia Lopez,
presidente de CONPANAC**

En la moda, la nueva visión de la sostenibilidad se centra en la producción de prendas más duraderas y en la reducción de residuos y emisiones durante todo el ciclo de vida de la prenda. Esto incluye la utilización de materiales biodegradables y la adopción de prácticas de producción más eficientes y menos contaminantes. También se promueve la transparencia en toda la cadena de suministro y el respeto a los derechos de las personas involucradas en la cadena productiva y en el plan de negocios, alentando el comercio justo y el reconocimiento de los saberes técni-

cos de nuestros profesionales de la cultura sartorial.

Actualmente, los profesionales de la moda preocupados en la forma de producir de forma sostenible, nos encontramos redefiniendo nuestros vínculos y espacios de trabajo, repensando gestiones, rutinas y diseñando un futuro que se encuentra plagado de incertidumbres económicas, especialmente en los países de economías subdesarrolladas, debido a las estadísticas que interpelan al sector textil, como una de las industrias más contaminantes, con vertederos a cielo abierto de desechos de prendas, la contaminación hídrica, y la huella de carbono, situaciones que podemos modificar positivamente si tomamos decisiones en el presente.

Ser sustentable es una decisión que debe tomar cada organización. Entendemos, desde la Confederación Panamericana de Alta Costura (CONPANAC), que cada organización —ya sea institucional, gremial-empresaria, o se trate de un emprendimiento familiar, o de empresas dedicadas a producir moda— enfrenta el desafío de economías inestables que demandan una mirada de sostenibilidad para subsistir como tal y necesita repensar su modelo de gestión y medir su huella, para evitar el impacto negativo que la moda genera en el Planeta y de la cual tenemos evidencia fehaciente que he-

mos estado trabajando fuertemente en «campañas de concientización para fomentar la Economía circular aportando a la Moda Sostenible, con el rescate patrimonial de los oficios y la revalorización de las técnicas de la Cultura Sartorial», y así alcanzar estos objetivos que se alinean a lo propuesto en los 17 ODS de la ONU y el «Pacto de producción limpia» al cual adherimos a partir de nuestra vinculación con la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) y nuestra membresía con el Latin American Quality Institute (LAQI).

En todas nuestras acciones, siempre hay algo que se puede hacer para generar un impacto social, económico o ambiental sostenible en el tiempo, y sus beneficios son múltiples. Sin ir más lejos, hoy las organizaciones sustentables suelen tener mejores oportunidades de éxito, ya que los consumidores prefieren cada vez más productos de empresas que cuidan su entorno de desarrollo. La innovación, la agilidad y la sustentabilidad resuenan cada vez más fuerte como los valores fundamentales de la ética en los negocios.

La nueva visión de la sostenibilidad se enfoca en la idea de una Economía Circular, donde los recursos se utilizan de manera eficiente y se reducen los desperdicios al mínimo. Esto implica la adopción de prácticas sostenibles en todas las áreas de la sociedad, desde la producción hasta el consumo. Además, se busca el uso de fuentes de energía renovable y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

La empresa responsable y la nueva visión de la sostenibilidad están estrechamente relacionadas, pero también presentan diferencias importantes.

Por un lado, la empresa responsable es aquella que asume su responsabilidad social y ambiental, y considera los impactos que su actividad económica tiene sobre las Personas y el Planeta, y busca minimizarlos o compensarlos. En este sentido, la empresa responsable se enfoca en la gestión ética y transparente de sus operaciones, el cumplimiento de las leyes y regulaciones, el respeto por los derechos humanos y la protección del ambiente. Sin embargo, la nueva visión de la sostenibilidad implica una transformación profunda en los sistemas de producción y consumo, buscando una mayor armonía con el medio ambiente y una sociedad más justa y equitativa, lo que se alinea a un cambio de paradigma, que va más allá de la responsabilidad social y ambiental de las empresas. Se trata de repensar la economía y la sociedad en su conjunto, con el objetivo de garantizar la supervivencia del planeta y de las generaciones futuras. Propone una transformación profunda en las formas de producción y consumo, la promoción de la justicia social y la equidad, la recuperación y protección de los ecosistemas, y la reducción de la huella de carbono, y para ello, desde la sociedad civil y la participación en las entidades del sector es central la comunicación de estos programas de asesoramiento. Estas son la clave del cambio.

En este sentido, nos parece interesante, como entidad panamericana, poner foco en la discusión de algunos aspectos que analizamos desde CONPANAC, para trabajarlos en los emprendimientos de moda en las PYME y en los sectores involucrados a la producción y comercialización textil, a los fines de lograr una mayor armonía con el ambiente y una sociedad más justa y equitativa, con una transformación profunda en los sistemas de producción y consumo. Existen varias opciones que los directivos de las empresas y emprendedores de moda pueden considerar para hacer cambios estratégicos y convertirse en más sostenibles. Algunas de las transformaciones necesarias incluyen:

1) Reducir el desperdicio y fomentar la economía circular: Se trata de adoptar prácticas de producción más sostenibles, reducir el desperdicio, ordenar los talleres y fomentar el reciclaje y la reutilización de materiales e incluso de prendas de los clientes. Utilizar procesos de producción más limpios y eficientes.

2) Identificar fallas en la cadena de la confección de ropa: El primer consejo, aunque parece obvio, está relacionado con un proceso básico en términos de gestión de la cadena de producción. La identificación de fallas es uno de los atributos esenciales del sector gerencial, pero muchas veces se termina perdiendo en medio de tareas más complejas que exigen más del profesional.

3) Revisión y supervisión: Abordar cuestiones presupuestarias, plazos, fichas técnicas y similares son tareas que terminan siendo preferidas cuando se comparan, con la verificación de patrones y la cantidad de desperdicios que generan, o la cantidad de pequeños retoques que se realizan durante la fabricación. En este sentido, la recomendación es que, paso a paso, los procesos sean revisados y supervisados para que sea posible entender qué aspectos necesitan ser optimizados e incluso repensados.

4) Cambio de valores y cultura: Se necesita un cambio en los valores y cultura de la sociedad, para que la sostenibilidad y la equidad se conviertan en valores centrales en la toma de decisiones y en la vida cotidiana.

5) Reducir el consumo de energía: Tomar medidas para reducir el consumo de energía, por ejemplo, apagar los equipos electrónicos que no se estén utilizando, cambiar las bombillas a LED de bajo consumo energético, implementar sistemas de iluminación y calefacción eficientes, y utilizar equipos y maquinarias energéticamente eficientes. Optimizar la rueda de trabajo para mejorar el proceso productivo.

6) Innovación y tecnología: Se requiere de innovaciones y tecnologías que promuevan la sostenibilidad. Por ejemplo, tecnologías que permitan la creación de materiales y productos más ecológicos y duraderos. Elegir materia prima biodegradable, fibras naturales en vez de sintéticas.

7) Buscar la integración de los sectores: Una de las especificidades de la industria de la moda es precisamente el trabajo secuencial (estilo, modelaje, confección). Es necesario que todos los sectores trabajen juntos para asegurar un resultado final satisfactorio. Avanzar hacia la integración entre equipos, acercándolos. Conociendo necesidades y plazos de cada uno, aumentando la conciencia no solo sobre el proceso en su conjunto, sino, también sobre los problemas y las posibles soluciones de una colección de ropa.

8) Movilidad sostenible: Alentar el uso de medios de transporte más sostenibles, como bicicletas, transporte público o vehículos eléctricos, y ofrecer incentivos para ello. Con esto se logra la reducción de huella de carbono.

9) Fomentar la conciencia ambiental: Las PYMES pueden generarla entre sus empleados, clientes y proveedores al promover prácticas sostenibles en toda su cadena de suministro, participando incluso de iniciativas de responsabilidad social empresarial y colaborar con organizaciones que trabajan en temas ambientales. Las iniciativas de RSE son acciones voluntarias que las empresas realizan para contribuir al bienestar social y ambiental, más allá de su obligación legal y económica. También con la implementación de prácticas de gestión de residuos se crea una conciencia ambiental que se replica en la comunidad.

10) Los entornos digitales: Influyen en los procesos de producción, los hábitos de consumo y las relaciones

sociales incluso con la llegada de la modalidad del teletrabajo, donde empresas y empleados enfrentamos el reto de la adecuación como de la regulación interna percibido como un beneficio para la productividad. Estamos ante la IV Revolución Industrial, especialmente con la aparición de la Inteligencia Artificial.

En la nueva sostenibilidad es importante promover la inclusión y la diversidad en todos los ámbitos, incluyendo en el mundo empresarial. Algunas políticas y programas que pueden fomentar esta inclusión y diversidad son:

Programas de contratación y formación: Las empresas pueden implementar aquellos programas que promuevan la diversidad y la inclusión. Esto puede incluir la contratación de personas de diferentes orígenes, etnias, géneros, edades, capacidades, entre otros.

Políticas de igualdad salarial: Implementar políticas de igualdad salarial para garantizar que todos los empleados reciban un salario justo y equitativo, independientemente de su género, origen, etnia o cualquier otra característica.

Políticas de no discriminación: Las empresas deben implementar políticas de no discriminación en todos los aspectos, incluyendo en la contratación, el ascenso y la promoción de los empleados.

Programas de capacitación y concienciación: Motivando al aprendizaje continuo, la capacitación y actualización, y sensibilizar sobre la

diversidad, la inclusión y la igualdad de oportunidades.

Comunidad y participación social: Las empresas pueden fomentar la inclusión y la diversidad a través de su participación en la comunidad y en eventos y programas sociales. También pueden establecer alianzas con organizaciones que promuevan la inclusión y la diversidad.

Medición y seguimiento: Es importante hacer seguimiento de los procesos operativos de los talleres para identificar áreas de mejora y tomar medidas que favorezcan la producción limpia.

Donaciones caritativas: Alentar a los clientes a realizar las donaciones de las prendas que no usan a organizaciones sin fines de lucro y programas de caridad, como parte de su compromiso con la responsabilidad social.

Transparencia y ética: Adoptar prácticas comerciales éticas y transparentes, y promover una cultura de integridad y honestidad teniendo como horizonte la mejora continua.

No ser sostenible significa no ser capaz de mantener un equilibrio entre el uso de los recursos naturales y la capacidad de regeneración de los mismos, lo que conduce a su agotamiento y a la degradación del medio ambiente. Además, también implica no tener en cuenta las necesidades y derechos de las generaciones futuras y de las comunidades más vulnerables, lo que puede generar impactos negativos en términos sociales y económicos. No ser sostenible es actuar

de manera insostenible, irresponsable y sin considerar las consecuencias a largo plazo de nuestras acciones. En términos de desafíos, una economía desfavorable puede limitar la inversión y la innovación en soluciones sostenibles y fomentar prácticas empresariales menos ecológicas, lo que puede tener impactos negativos en el ecosistema y la sociedad. Por eso es fundamental que las personas participen en organizaciones profesionales para mantenerse actualizados, y para ejercer influencias en las políticas públicas de sus países de manera responsable. Una economía favorable se genera con inversión e innovación en soluciones sostenibles, y las empresas pueden beneficiarse al reducir costos y mejorar su reputación, y conquistar con estas conductas, nuevos mercados.

La nueva visión de la sostenibilidad implica un cambio radical en la forma en que concebimos la economía y la sociedad en su conjunto. Se necesita una transformación profunda en los sistemas de producción y consumo, que promueva una mayor armonía con el medio y el contexto social y económico, integrar criterios ambientales y de gobierno corporativo en todas las decisiones y operaciones de la empresa, fomentando la transparencia, mediante la publicación de informes de sostenibilidad y la participación en iniciativas de reporte y divulgación, que se exigen especialmente en los mercados europeos para ingresar productos certificados. Buscar la colaboración y el trabajo en redes con otras empresas y organizaciones que compartan los mismos valores y objetivos de sostenibilidad, es la forma de seguir evolucionando,

y mantenerse informados y calificados a partir de las certificaciones de calidad que se encuentran vigentes. El acto de emprender no sólo es característico del mundo de los negocios, sino que es transversal a la sociedad del tercer milenio. Hablamos de una sociedad que demanda respuestas que necesariamente involucran el Diseño, ya sea en la gestión como en la producción.

El Diseño tiene un papel fundamental en la nueva sostenibilidad, ya que es necesario repensar los procesos creativos y la producción. El diseño sostenible implica considerar todo el ciclo de vida de un producto, desde la selección de materiales hasta su desecho o reciclaje, y encontrar soluciones innovadoras para minimizar el impacto ambiental y social para lograr una economía circular. Además, el diseño puede fomentar la inclusión y la diversidad, permitiendo que más personas tengan acceso a oportunidades laborales y de consumo, promoviendo una sociedad más justa y equitativa. En resumen, el diseño tiene el potencial de ser un catalizador de cambio en la nueva sostenibilidad, impulsando la innovación y la creatividad para lograr un futuro más sostenible.

En cuanto a la responsabilidad empresarial, refiere a la ética y responsabilidad que las empresas tienen para con su entorno, incluyendo la sociedad y el contexto. Ambos temas son importantes y relevantes para el mundo actual y su intersección es un tema de debate e interés para muchos. Por lo cual las buenas prácticas son el camino a transitar: Incorporar criterios ambientales y sociales en la toma de decisiones empresariales; Implementar sistemas de gestión ambiental y social en la em-

presa y emprendimiento; Realizar una transferencia generacional respetuosa, dinámica, que adopta prácticas de producción y consumo sostenible, como la eficiencia energética, la reducción de residuos y la promoción del reciclaje, y el reconocimiento a las economías. La economía naranja es la del conocimiento; la economía amarilla está enfocada en los productos de alta tecnología y de la ciencia; la verde representa la sostenibilidad económica y la inversión en energías renovables; la plateada orientada a atender las demandas de las personas mayores y a ofrecer los productos y servicios que consumen, adaptados a sus necesidades. El emprendedor Gunter Pauli, fue quien acuñó el término de economía azul en su libro titulado «La economía azul: 10 años – 100 innovaciones – 100 millones de empleos» (The blue economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs), que describe un modelo de negocio que tiene como propósito lograr la abundancia con lo que está al alcance de nuestras manos, buscando una revolución económica. Tomando estas premisas, fomentar la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios sostenibles tanto como promover la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión, con informes de sostenibilidad y el diálogo con los stakeholders, implica desafíos tales como cambiar la cultura empresarial y la mentalidad de los directivos y empleados hacia una visión más sostenible, y adaptarse a las nuevas normativas y regulaciones ambientales y sociales que se están implementando en todo el mundo.

Identificar y gestionar adecuadamente los riesgos ambientales y sociales que pueden afectar a la empresa y su cade-

na de suministro, demanda establecer alianzas y colaboraciones con otros actores del sector empresarial, público y social para avanzar en la agenda de sostenibilidad, aprendiendo a trabajar en grupos participativos conocidos como clúster. Estas agrupaciones se forman generalmente en ciudades o regiones específicas donde existe una presencia significativa de empresas y profesionales dedicados al diseño, producción, distribución y comercialización de prendas de vestir, accesorios y otros productos relacionados con la moda. La formación de un clúster en el sector de la moda tiene varios beneficios. Al ser un ecosistema donde confluyen distintos interesados, empresas y organizaciones relacionadas con la moda, que se agrupan en un área geográfica para fomentar la colaboración, y el desarrollo en esa región, logra reunir a diferentes actores de la industria donde se promueve el intercambio de conocimientos y la innovación. La proximidad geográfica permite una mayor eficiencia logística y facilita la creación de redes de suministro y distribución. En un clúster de moda, es común encontrar empresas y organizaciones, diseñadores de moda, fabricantes de textiles y materiales, fabricantes de ropa, minoristas, mayoristas, agencias de publicidad y de marketing, instituciones educativas y centros de investigación dedicados al sector como el caso los Centros de Promoción del Diseño de Modas — CEPRODI MODA en Latinoamérica, gestionados por ALADI y CONPANAC, ambas entidades trabajamos en estrecha colaboración para desarrollar y promover la moda en la región. Otros clústeres de moda están en Milán, Italia; París, Francia; Nueva York, Estados Unidos; y Tokio, Japón. Dichas ciudades son reconocidas como centros

de moda mundialmente y atraen a profesionales de la industria, compradores y consumidores de todo el mundo. De esta manera estamos frente a interesantes oportunidades como desafíos, como, por ejemplo, acceder a nuevos mercados y nichos de consumidores que demandan productos y servicios sostenibles. Con una política de sostenibilidad, se logra aumentar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa y del emprendimiento a través de la reducción de costos y la mejora de la productividad, así como apoyar nuevos talentos e influir en el consumo consciente, mejorar la reputación y la imagen corporativa, aumentando su atractivo para inversores, clientes y empleados. Contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y el ambiente, generando un impacto positivo a largo plazo, es la recomendación que proponemos desde CONPANAC al compartir este análisis, toda vez que la indumentaria es una necesidad básica pero también una decisión para la cual educar al consumidor hace la diferencia y ser parte del cambio es un camino que estamos transitando.

Gracias por leerme



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

1

de cada 750 bebés
nacidos tiene
síndrome
de Down



Colectivo 21
Perú

¿Qué es el síndrome de Down?

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

¿Quiénes somos?

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

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



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



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

Nuestras líneas de trabajo:



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



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



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



Inclusión Laboral: Talleres de preparación para el trabajo.



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

Responsabilidad Social y Negocios



Por: Lic. Juliana Nascimento

El concepto de Responsabilidad Social representa mucho más que una oportunidad para ampliar la visibilidad y mejorar la imagen corporativa, y por ello ocupa cada vez más espacio en la agenda de las empresas.

Las empresas socialmente responsables son aquellas que se han dado cuenta de la importancia de revisar sus prácticas, procedimientos y cultura, buscando adaptar y mejorar sus procesos para promover mejoras en la calidad de vida de toda su audiencia. Es decir, las empresas socialmente responsables son aquellas que han decidido hacer algo más que simplemente cumplir con obligaciones legales. Por lo tanto, la esencia de la responsabilidad social radica en tener un impacto positivo en el mundo. Para embarcarse en esta misión, las empresas responsables se apoyan en los tres pilares de la sostenibilidad (económica, social y ambiental) y la ética.

La percepción de la naturaleza como una fuerza contraria al desarrollo siempre ha sido parte de nuestra historia. Hasta hace muy poco, las empresas veían la sostenibilidad como un obstáculo, como un estorbo o como un requisito que debía cumplirse para seguir existiendo. Desde las primeras reflexiones sobre el desarrollo sostenible en 1987, con el Informe Brundtland en Nuestro Futuro Común (Our Common Future, en inglés), el concepto de sostenibilidad se ha dado a conocer en todo el mundo. Hoy en día, cada vez más empresas entienden la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos y reconocen que la sostenibilidad es el medio por el cual se pueden mejorar los procesos, ahorrar recursos y estimular la innovación. La sostenibilidad se materializa en cada negocio cuando el tema se trata de manera transversal a todas las áreas del negocio involucrando e involucrando a todas las partes interesadas. Desde entonces, hemos avanzado, pero todavía hay mucho por hacer. Y necesitamos avanzar aún más, y a un ritmo más fuerte para dar el paso adelante en los compromisos climáticos.

La ética es un factor fundamental en el contexto de los negocios responsables y siempre está asociada a las prácticas de buen gobierno. El incentivo a las buenas prácticas minimiza la ocurrencia de eventos como la corrupción, el soborno y los juegos de interés que protegen la imagen de la empresa.

La transformación de la sociedad ha dado lugar a un consumidor más consciente y exigente, que observa no solo el precio y la calidad de los productos y servicios, sino que también espera que la marca tenga respeto por el medio ambiente y las personas. Obviamente,

las empresas de prácticas dudosas pronto pierden su preferencia al quedar «marcadas». Es así como la imagen de una empresa se ve fuertemente impactada por sus posturas en el mercado. Y aquí hay un centenar de reflexiones sobre las prácticas económicas, ambientales, sociales y de gobierno de las empresas involucradas en escándalos en los últimos años.

Se sabe que las empresas con mejor imagen corporativa son también las que tienen los mejores niveles de responsabilidad y gobernanza: es simplemente una cuestión de coherencia alinear el discurso con la práctica.

Por lo tanto, para satisfacer y satisfacer a su audiencia, las empresas deben centrarse en acciones relevantes para la sociedad. La construcción de una empresa responsable es posible con la elaboración de una política de responsabilidad social que implique una gestión ética y responsable, el respeto y promoción de los derechos humanos, el compromiso con el medio ambiente, el respeto a los derechos laborales, la lucha contra el trabajo infantil, la lucha contra el trabajo esclavo... Al fin y al cabo, hay muchas posibilidades de involucrar a las partes interesadas y diseñar un programa que tenga sentido para la comunidad interna o su entorno. Finalmente, es importante tener en cuenta que las empresas mal intencionadas que hacen uso del discurso vacío solo para la autopromoción, en algún momento serán desenmascaradas y castigadas. La consistencia de las acciones responsables de una empresa se mide por el tiempo: las acciones puntuales ya no son convincentes.

Por lo tanto, la responsabilidad social tiene el potencial de involucrar y resignificar la vida de las personas, proporcionando bienestar, positividad y sinergia para las relaciones laborales. Inevitablemente,

esto termina influyendo positivamente en el medio ambiente y la sociedad.

Referencias

<https://rockcontent.com/br/blog/responsabilidade-social-empresarial/>

Consultado el 05/04/2023.

<https://fia.com.br/blog/responsabilidade-social/#:~:text=As%20organiza%C3%A7%C3%B5es%20socialmente%20respons%C3%A1veis%20s%C3%A3o,e%20tamb%C3%A9m%20do%20meio%20ambiente.>

Consultado el 6/5/2023.

<https://apolitical.co/solution-articles/pt/como-os-governos-devem-lidar-com-negocios-responsaveis.>

Consultado el 6/5/2023.

<https://conic-semesp.org.br/anais/files/2017/trabalho-1000025045.pdf>

Consultado el 8/6/2023.

<https://educador.brasilecola.uol.com.br/politica-educacional/a-responsabilidade-social-empresarial.htm>

Consultado el 06/09/2023.

https://www.sebrae.com.br/sites/portal-sebrae/sebraeaz/o-que-sao-negocios-de-impacto-social,1f4d9e5d32055410vg-nvcm1000003b74010arcrd?utm_source=google_search&utm_medium=search&utm_campaign=aw-oportunidade&utm_term=texto-art&utm_content=aw-opt0116&gclid=EAlaIQobChMI4Wl47u2_wlVaw4GAB0uXA7fE-AMYAIAAEgIPI_D_BwE

Consultado el 6/9/2023.

<https://institutoreacao.org.br/5-ideias-de-responsabilidade-social-para-empresas/>

Consultado el 6/9/2023.



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



El rol emergente del liderazgo empresarial en la construcción de un futuro sostenible: Día mundial del Medio Ambiente



Por: PhD. Marcelo Rodrigo Vasquez Lema

Hacia una economía circular: Redefiniendo el valor de los recursos y el uso del plástico en la industria

Más de 400 millones de toneladas de plástico se producen en el mundo cada año (UNEP, 2023), con una devastadora proporción destinada a la vida útil de un solo uso. ¿Estamos realmente dispuestos a seguir perpetuando un ciclo de degradación y daño irreversible en nuestro medio ambiente? ¿Puede la intervención consciente y estratégica de las empresas marcar una diferencia significativa en la lucha contra la contaminación por plástico? ¿Están nuestras organizaciones preparadas para abrazar la economía circular como una parte integral de su estrategia de negocio?

En la era de la conciencia ambiental y la sostenibilidad, el papel del liderazgo empresarial y la gestión organizacional nunca ha sido tan crítico. El diseño y la producción de productos responsables, con un enfoque en la reutilización y el reciclaje, están en el centro de las prácticas innovadoras de la economía circular. En el contexto de los alarmantes datos sobre la producción y gestión de residuos plásticos, las empresas pueden y deben jugar un papel clave en la solución.

Con una alarmante estimación de entre 19 y 23 millones de toneladas de desechos plásticos que terminan en nuestros ecosistemas acuáticos cada año, la biodiversidad se ve profundamente afectada (UNEP, 2023). No obstante, el impacto de los plásticos no se limita al medio ambiente, también se filtran en nuestra cadena alimentaria, amenazando nuestra salud. Los microplásticos pueden acumularse en los órganos humanos, con algunos de los compuestos químicos asociados con graves problemas de salud como la obesidad, la diabetes, e incluso el cáncer (UNEP, 2023). ¿Somos conscientes de que el plástico que descartamos podría estar poniendo en peligro nuestra propia salud y la de las generaciones futuras?

Los productos plásticos de un solo uso son una amenaza global, pero también presentan una oportunidad para el cambio. Cada uno de estos productos

representa un potencial recurso en una economía circular, donde los desechos se convierten en valor. Aproximadamente el 36% de todo el plástico producido se destina a envases y empaquetado (UNEP, 2023). ¿Y si pudiéramos diseñar estos envases para ser no solo reciclables, sino también biodegradables, contribuyendo a una disminución en la producción de residuos?

Las empresas tienen la capacidad de impulsar cambios significativos en la forma en que utilizamos y valoramos los recursos. Desde el diseño de productos hasta la elección de los materiales y las estrategias de fabricación, las organizaciones pueden contribuir activamente a la construcción de una economía circular. El cambio puede ser radical y transformador, desde la eliminación de los plásticos de un solo uso hasta el fomento de la durabilidad y la reparabilidad de los productos, pasando por la incorporación de materiales reciclables o biodegradables. Este camino hacia la sostenibilidad no es solo un imperativo medioambiental, sino también una ventaja competitiva. Las empresas que adoptan la economía circular pueden beneficiarse de una mayor seguridad en la cadena de suministro, la atracción de inversiones responsables y una mejora en la reputación (Bocken et al., 2016). Pero, ¿estamos listos para dar este salto hacia un futuro más sostenible?

Debemos reflexionar sobre el papel que cada uno de nosotros puede desempeñar en la lucha contra la contaminación por plásticos. Este es un desafío que no podemos permitirnos ignorar. Como

dijo una vez la célebre naturalista y autora Rachel Carson: “El futuro más importante es el que entra en la casa de cada persona todos los días: el futuro que hacemos por nosotros mismos a través de nuestras acciones diarias”. En la lucha contra la contaminación por plásticos, cada acción cuenta.

En última instancia, la transición hacia una economía circular requiere un cambio en la mentalidad de los líderes empresariales, los diseñadores de productos, los consumidores y los legisladores. El Día Mundial del Medio Ambiente nos brinda la oportunidad de repensar sobre nuestro papel y nuestro impacto en el planeta. Y, en un mundo donde la sostenibilidad ya no es una opción, sino una necesidad, cada acción cuenta.

Y, ¿cómo empezamos la adopción de prácticas sostenibles y una transición a una economía circular dentro de una empresa? Primero, el cambio debe comenzar desde la cima. Las personas en puestos de liderazgo deben respaldar este cambio hacia una economía circular y reconocer el valor que trae, no solo en términos de responsabilidad ambiental, sino también como una oportunidad estratégica de negocio. Sin este compromiso, cualquier esfuerzo puede quedarse a medio camino. Posteriormente las empresas deben proceder a analizar su huella ecológica actual. Este diagnóstico debería abordar todas las fases del ciclo de vida de sus productos o servicios, desde la adquisición de las materias primas hasta la fase posconsumo. Esta evaluación proporcionará un panorama claro de las áreas en las que la empresa puede dis-

minuir su impacto medioambiental. Con esta evaluación en la mano, las empresas pueden empezar a trazar sus estrategias para adoptar la economía circular, diseñando soluciones adaptadas a sus necesidades y capacidades específicas. Estas estrategias pueden incluir la disminución del uso de recursos, la reutilización y el reciclaje de materiales, la selección de materias primas más sostenibles y la reorientación de los diseños de producto para facilitar su desmontaje y reciclaje. Además, las empresas podrían considerar la transición a modelos de negocio basados en la economía de la funcionalidad, donde el valor reside en los servicios proporcionados, más que en los productos vendidos.

Con esto realizado, es crucial llevar a cabo su implementación y realizar un seguimiento constante de los avances y resultados. Esta monitorización podría involucrar la recolección de datos sobre la utilización de recursos, la generación de residuos, la eficiencia energética, entre otros indicadores clave de sostenibilidad. Simultáneamente, las empresas deberían comunicar sus esfuerzos y logros en sostenibilidad a todos los stakeholders: empleados, clientes, inversores, etc. Esto no solo generará apoyo para la iniciativa, sino que también potenciará la reputación y la marca de la empresa.

Finalmente, este viaje hacia la economía circular demanda un espíritu de innovación constante. Las em-

presas necesitan estar abiertas a experimentar con nuevos enfoques y tecnologías para mejorar continuamente su desempeño en sostenibilidad. El camino hacia la economía circular en las empresas es un recorrido que demanda liderazgo, compromiso, planificación estratégica, acción, seguimiento, comunicación y una continua disposición a innovar. Referencias:

Bocken, N. M., De Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308-320.

UNEP. (2023). El Día Mundial del Medio Ambiente 2023 se centrará en. Recuperado de <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/el-dia-mundial-del-medio-ambiente-2023-se-centrara-en>

UNEP. (2023). Plastic Pollution WED23SP. Recuperado de https://wedocs.unep.org/themes/UNEP-KR/vendor/pdfjs/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.11822/42437/Plastic_Pollution_WED23SP.pdf#page=11

Carson, R. (1962). *Silent Spring*. Houghton Mifflin Company.



**A 15 AÑOS EN EL
MERCADO DE VENTAS**

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

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



Central Santa Rita +595 982 474 528 / Sucursal Bella Vista +595 983 569 676
Sucursal Katuete +595 982 / Sucursal Campo 9 +595 986 212 100

La empresa responsable y la nueva visión de la sostenibilidad Día Mundial del Medio Ambiente



**Por: Lic. Neris M. Ramos Acevedo,
Magister Ciencias de la Gestión**

Más allá de promover jornadas de siembras corporativas en lugares aleatorios —donde quizás no hace falta, pero resulta conveniente para la logística del evento—, la empresa socialmente responsable se preocupa por generar resultados duraderos, con la implementación de cambios sistémicos que garanticen la sostenibilidad. Estos cambios van desde implementar políticas para evitar impresiones innecesarias en papel, digitalización de documentos para eliminar grandes cúmulos de archivos físicos y la implementación de energías limpias, entre otros.

«Vamos a preocuparnos por ensuciar menos que por limpiar más»
Neris Ramos

América Latina y el Caribe se encuentran en la mitad del periodo establecido para alcanzar los Objetivos de De-

sarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

El avance hacia esos Objetivos y metas se vio seriamente obstaculizado por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19), que causó un fuerte impacto en el mundo a partir de 2020 y comprometió el progreso hacia la consecución de la Agenda en vastas regiones del planeta, incluida América Latina y el Caribe, la región del mundo más afectada por la pandemia. En el último bienio, se han sumado, además, acontecimientos de alcance mundial desfavorables para el progreso hacia el logro de los ODS, como el conflicto en Ucrania, las tensiones comerciales y los conflictos geopolíticos, las migraciones forzadas y el rebrote de procesos inflacionarios. (CEPAL, 2023).

Estos hechos nos demuestran que no tenemos control de lo que está pasando fuera de nuestra empresa, pero sí dentro de ella; y es de esta línea de pensamiento que se han creado programas, movimientos y redes, como la Red Internacional de Promotores ODS (RIPO), para generar cambios desde dentro de las organizaciones empresariales que contribuyan a nuevas prácticas de convivencia y generación de riquezas.

Según información de las Naciones Unidas, cada año se producen a nivel mundial más de 400 millones de toneladas de plástico y se cree que la mitad de este material se concibe para una vida útil de un solo uso. (Naciones Unidas, 2023). Esto nos lleva al origen del problema. Entonces, ¿por qué en vez de organizar una recogida de basura

en los litorales, no promovemos un cambio de uso y disposición de lo que se consume en la empresa?

Cambios de uso de botellas plásticas de un solo uso por instalación de equipos filtrantes para hacer el agua potable y que se genere una cultura de portar un envase reusable, cambiar a productos orgánicos los insumos usados por los clientes internos y externos. Parecen cambios simples e imperceptibles, pero cuando implantamos en la mente del colaborador la cultura de reusar, este, a su vez, lleva la práctica a su hogar y como resultado final se impacta a toda la familia con un cambio que realmente se nota en nuevos estilos de vida más saludables y conscientes.

La Agenda 2030 ha trazado un camino que refuerza el compromiso de enfrentar los problemas y las oportunidades que se presentan en estos aspectos en base al reordenamiento para aprovechar las capacidades y recursos con los que ya contamos, facilita la articulación y las vinculaciones, propiciando alianzas para el logro de los objetivos.

Las empresas tienen innumerables fuentes de información sobre cómo hacer más por el medioambiente y así mismo incontables maneras de transparentarlos, ya que, en la era del Tik Tok y el Instagram, nos podemos convertir en influencers de nuestras propias causas y llevar el mensaje de la sostenibilidad a nuestros clientes y prospectos de formas creativas, constructivas y que genere un impacto positivo en nuestros clientes.

Desde luego el acceso a la información puede ser tanto positivo como negativo, ya que, si no se es claro en el mensaje o se demuestra incoherencia con las acciones realizadas, la reputación de la organi-

zación puede verse seriamente afectada. Tal es el caso de las empresas cosméticas que han tenido que reinventarse para lograr recuperar parte del pastel del mercado perdido por las personas que no apoyan con su compra o no simpatizan con aquellas que hacen pruebas en animales o que simplemente afectan el medioambiente con su práctica. Se estima que existen más de 15 000 ingredientes probados y declarados seguros y gracias a este inventario más compañías que evitan la crueldad con los animales se reúsan a que sus productos sean probados en ellos y aun así generan líneas de calidad, seguras y efectivas.

«Me niego a usar un producto de belleza que ha costado la vida o el sufrimiento de un indefenso animal que tiene una función vital en su ecosistema».

Neris Ramos

Si analizamos el caso de la ocupación de puestos de trabajo según el género, tenemos estadísticas que no son muy alentadoras, tal como se muestra en la Ilustración #1. En América Latina la tasa de desocupación muestra una amplia brecha entre hombres y mujeres, tal como se puede apreciar en las cifras oficiales y datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

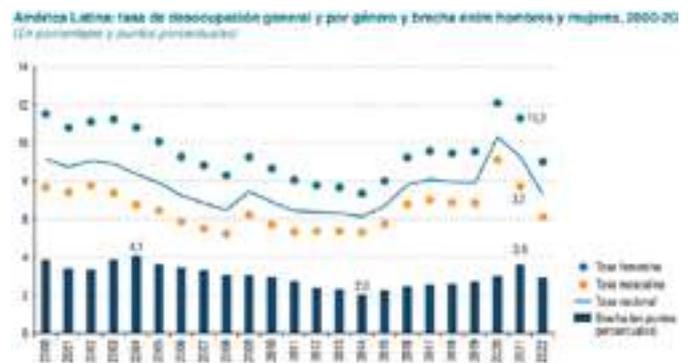


Ilustración 1: Tasa de desocupación general y por género y brecha entre hombres y mujeres 2000-2022 (en porcentaje y

puntos porcentuales). Fuente: CEPAL / OIT

Este triste y mediocre desempeño en los mercados laborales provoca, además de aumento de la pobreza, desigualdad, y nos aleja de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que tienen como eje: Personas y Prosperidad. Se hace necesario que se rompan viejos paradigmas y se establezcan propuestas realistas donde se le dé la oportunidad a la mujer de desempeñar papeles más activos en sectores destinados desde la antigüedad solo a los hombres.

Asimismo, es imperativo que a la mujer adulta mayor también se le permita incorporar sus experiencias en sectores productivos, si esta ha dedicado sus años —entre los 20 y 30— a criar a sus hijos personalmente. Vemos un fenómeno interesante de una nueva economía liderada por emprendedoras Platinum por necesidad, ya que se les impide ocupar posiciones laborales en su edad adulta; por considerarse fuera del rango requerido por las empresas que normalmente reclutan no mayor de 30 años. Según estudio del BID uno de los retos de las mujeres al emprender es obtener fondos de capital semilla o financiadores ángeles que conozcan e inviertan en sus proyectos, por la limitación de sus vinculaciones y articulaciones de manera orgánica. (BID, 2014).

«Sus redes de contactos no son tan extensas y diversificadas como las de sus contrapartes masculinas ya que las mujeres tienden a asociarse sólo con amigos y familia. Como consecuencia, les es más difícil acceder a una variedad de mecanismos de fi-

nanciamiento como los inversores ángeles y los fondos de capital semilla y emprendedor».

Susana García-Robles, Oficial principal de inversiones del FOMIN

En conclusión, el nuevo paradigma de la empresa incluye una visión holística y más articulada entre la necesidad del cliente de sentir que consumiendo también está haciendo algo positivo por las personas y el medio ambiente, con la oportunidad de hacer negocios. Es importante dar a conocer nuestros esfuerzos socialmente responsables, para lograr la fidelización y generar una cultura de cambios positivos que impacten directa o indirectamente nuestros grupos de interés; ya que solo esa condición nos asegurará un puesto en el ranking de las organizaciones que seguirán vigentes en el largo plazo.

Bibliografía

Naciones Unidas. (06 de 06 de 2023). Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/observances/environment-day>

CEPAL, N. U. (2023). América Latina y el Caribe en la mitad del camino hacia 2030 Avances y propuestas de aceleración. Santiago.

(BID), F. I. (2014). “Liberando el Potencial de Crecimiento de las Emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe”.

Ilustración 1: Tasa de desocupación general y por género y brecha entre hombres y mujeres 2000-2022 (en porcentaje y puntos porcentuales). Fuente: CEPAL / OIT 5



**SOMA
EXPRESS
CARGAS**

LOGÍSTICA NO ESTADO DA BAHIA

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



WWW.SOMAEXPRESS.COM.BR

ENTREVISTA

ESPECIAL



Medicaltech

EMPRESA:

LABORATORIOS MEDICALTECH SA de CV

LABORATORIOS MEDICALTECH SA de CV



DR. ROBERTO LUIS IBARRA WILEY
DIRECTOR GENERAL - LABORATORIOS
MEDICALTECH SA de CV

Ubicada en México, la compañía tiene la misión de mejorar y preservar la salud y el bienestar de las personas a través de productos innovadores, seguros y efectivos, brindando oportunidades de desarrollo para los empleados, rentabilidad y generando impactos positivos en la comunidad y el medio ambiente.

Dedicado al desarrollo, fabricación y comercialización de productos y servicios para los sectores de Salud y Bienestar, Medicaltech es un laboratorio que está en el mercado desde 2017, con el compromiso de desarrollar productos innovadores para el sector de la Salud Bucal. En la empresa, todos los procesos están guiados por la calidad y la excelencia.

El director general, Dr. Roberto Luis Ibarra Wiley, explica que aún en los primeros años de actividad de la empresa, de 2017 a 2019, el equipo de investigación y desarrollo trabajó incansablemente para crear la biomolécula llamada EPX con nanotecnología, capaz de crear un efecto antimicrobiano de amplio espectro y de larga duración. En 2018, se aplicaron pruebas in vitro/in vivo, para las cuales la compañía obtuvo un prototipo funcional validado en campo. Posteriormente, en 2019, se escaló a planta piloto con el producto validado en campo, con pruebas clínicas y listo para ser comercializado en 2020.

«Con este lanzamiento, programado para febrero de 2020, la compañía estaba lista para presentar al mundo un producto innovador. Sin embargo, el mundo ha sido sacudido por la pandemia de covid-19. Si bien la mayor parte de las empresas se detenían, Medicaltech tuvo la oportunidad de continuar operando como un negocio principal», cuenta sobre los primeros desafíos.

El Dr. Roberto Ibarra señala que los equipos de investigación y desarrollo y gestión trabajaron para integrar la biomolécula en productos de salud que pudieran apoyar a la población en la lucha contra el virus. «Gracias al esfuerzo y la rápida reacción de la salud oral a la higiénica, se desarrollaron dos líneas de desinfectantes, Biotech para uso industrial y para uso hospitalario», afirma.

Con estos productos, la compañía ha contribuido a combatir el virus covid-19 en hospitales, gobiernos, industrias y



hogares. A su vez, la biomolécula EXP con nanotecnología sigue siendo una parte clave de las líneas de productos orales, del hogar, de cuidado personal y de salud de la piel.

«Con su efecto antimicrobiano de amplio espectro y acción prolongada, están mejorando la salud bucal de personas en todo el mundo. Están orgullosos de ser una empresa que puede ayudar a la comunidad en tiempos difíciles y seguir innovando en otros campos de la salud», enfatiza el director general.

El laboratorio también está comprometido con el desarrollo sostenible, con ser líder en las categorías de medicamentos y productos de cuidado personal y reconocido por contribuir significativamente al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y mejorar la salud y el bienestar de las personas, la comunidad y el medio ambiente.

En vista de ello, se alinea a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU), con énfasis en Salud y Bienestar, asegurando que los productos contribuyan al mejoramiento de la salud y el bienestar de las per-

sonas. La acción climática también tiene espacio en la empresa, ya que existen medidas para reducir el impacto ambiental y apoyar las iniciativas sostenibles en la cadena de suministro.

En el campo del trabajo decente y el crecimiento económico, la compañía ofrece empleos justos y oportunidades de desarrollo profesional a los empleados y fomenta el crecimiento económico en las comunidades donde opera. También promueve la igualdad de género en el lugar de trabajo y en la sociedad en general.

Asimismo, Medicaltech se destaca en el tema Educación de Calidad, colaborando con instituciones educativas para brindar una educación enfocada a la salud, accesible y de calidad a niñas, niños y jóvenes. «En Medicaltech, existe el compromiso de promover los ODS a través de la aplicación de prácticas comerciales y sus productos y servicios», enfatiza el Dr. Roberto Ibarra.

Como ejemplo concreto, el director general menciona el ODS 3, que se centra en garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos, a cualquier edad. En vista de ello, se ofrecen productos y servicios de alta calidad que contribuyen a mejorar estos puntos,

incluso reflexionando sobre la satisfacción del público.

Para el ODS 7, la compañía garantiza el acceso a energía asequible, segura, sostenible y moderna, implementando prácticas sostenibles en sus operaciones, así como optimizando dicho uso y reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero. Y con el ODS 12, adopta prácticas responsables de producción y consumo, minimizando el impacto ambiental de sus productos.

«Estos son solo algunos ejemplos de cómo la compañía está comprometida con el desarrollo sostenible y el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Continuamos trabajando activamente para identificar nuevas oportunidades y soluciones sostenibles que mejoren la vida de las personas y el planeta», menciona el Dr. Ibarra.

Importancia del trípede ESG

El laboratorio planea llegar a sus metas a corto, mediano y largo plazo identificando las oportunidades y desafíos que enfrentará y cómo abordarlos. Algunos de los elementos de sus estrategias pasan por la diversificación de productos y mercados, e inversiones en investigación y desarrollo para

mejorar la eficiencia y sostenibilidad de sus procesos.

El Dr. Ibarra llama la atención también para las acciones que se convierten en un enfoque sobre la satisfacción del cliente y la mejora continua, así como el fortalecimiento de la marca y presencia en el mercado y el desarrollo de alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para maximizar el impacto positivo.

En materia de Responsabilidad Social Empresarial, Medicaltech demuestra su compromiso con la sociedad y la comunidad, a través de su trabajo con fundaciones, instituciones educativas, estudiantes universitarios, instituciones públicas y asociaciones civiles para ayudar a la población de bajos ingresos con la donación de productos sin costo alguno. «Esto es parte del ADN de Medicaltech», enfatiza.

Se valora el desarrollo profesional y personal de los empleados, con un ambiente de trabajo que estimule su crecimiento, herramientas y recursos que permitan alcanzar sus objetivos y proyectos sociales. Un ejemplo es la provisión de oportunidades de capacitación y desarrollo.

«También se les facilita el tiempo y recurso para que puedan desempeñarse en proyectos que les apa-

sionen y que les permitan desarrollar habilidades y conocimientos específicos. Además, se les reconoce y se premia su desempeño y contribución a la empresa. Con estos esfuerzos, se busca motivar a los empleados a ser más productivos y a tener una mayor satisfacción en su trabajo», garantiza.

El director general señala que, en la empresa, se fomenta la innovación y el desarrollo personal de los empleados a través de diversas iniciativas. Se ofrece un programa de tutoría a los empleados, que pueden trabajar con líderes experimentados en el desarrollo de sus proyectos y objetivos personales, así como la capacitación continua y la participación en talleres.

También existe un compromiso con la conservación de los recursos naturales y la implementación de prácticas sostenibles, así como el apoyo a proyectos comunitarios que promuevan el desarrollo y la protección ambiental del país. Además, las iniciativas tienen como objetivo mejorar la vida de las personas y las comunidades donde opera la empresa, a través de donaciones y programas de voluntariado.

Cercanía al cliente

La compañía ha establecido una estrategia de expansión compues-

ta por algunos pilares principales. El primero está relacionado con el crecimiento orgánico, a medida que el laboratorio continúa fortaleciendo su presencia en el mercado actual y explorando nuevas oportunidades de crecimiento en el sector. El segundo es la diversificación de productos y servicios.

En la tercera, que es expandir geográficamente, el Dr. Roberto Ibarra explica que hay una evaluación de las oportunidades de expansión en otros mercados geográficos con el objetivo de llegar a un público más amplio y diversificar las fuentes de ingresos. «Esta estrategia de expansión se centra en garantizar un crecimiento sostenible y responsable, alineado con los valores y objetivos a largo plazo», menciona.

En Medicaltech, se valora la opinión de todos los clientes, y participan continuamente en la mejora de los productos y servicios. Para ello, la empresa cuenta con varios canales de comunicación abiertos para recibir sugerencias o críticas, como encuesta de satisfacción, correo electrónico, redes sociales, entre otros.

Además, la organización designa un equipo especializado para atender y evaluar cada sugerencia de manera que se garantice una

respuesta oportuna y eficaz. «La compañía también realiza evaluaciones periódicas para medir el impacto de las acciones en nuestro público objetivo e identificar puntos de mejora», comenta el Dr. Ibarra.

El laboratorio también vio la necesidad de adaptarse a una serie de cambios, debido a las nuevas demandas del mercado y la necesidad de que la empresa siguiera siendo competitiva. Algunos de los principales cambios incluyen la adopción de nuevas tecnologías, la mejora de los procesos de producción y la revisión de las estrategias de marketing y ventas.

«Estos cambios han tenido un impacto positivo, ya que han mejorado la eficiencia y eficacia de las operaciones, aumentado la capacidad de innovación y aumentado la satisfacción del cliente. Además, los cambios también han permitido a la compañía fortalecer su posición en el mercado e impactar positivamente en la rentabilidad», concluye el director general.



NOTA CENTRAL
NOTA CENTRAL

EL NEGOCIO RESPONSABLE Y LA NUEVA VISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD



Por: LAQI

No hay forma de separar un trabajo de excelencia y calidad de una visión basada en la búsqueda de la sostenibilidad, que debe estar en toda la estructura de una organización. En vista de ello, toda la sociedad, incluido el mundo corporativo, ha sido llamada, a lo largo de este mes, a reflexionar sobre el Día Mundial del Medio Ambiente, que se celebra anualmente el 5 de junio, con millones de personas de todo el mundo comprometidas en el esfuerzo por proteger y restaurar la Tierra.

Con esta motivación, los líderes empresariales pueden ampliar visiones y rescatar prácticas. Para ello, es necesario enfatizar que la sostenibilidad va mucho más allá del tema ambiental, que no es nuevo. Originado en la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, creada por las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible es el proceso capaz de satisfacer las necesidades de la generación actual, asegurando la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras.

Y en el mundo corporativo, estas acciones se reflejan en la responsabilidad

social corporativa, un campo que se ha convertido en parte de una estrategia creciente en las organizaciones, ya que los líderes empresariales son cada vez más conscientes del vínculo necesario entre el retorno económico, la conservación del medio ambiente y las acciones sociales. Es decir, es una cadena, que une su propia prosperidad con el estado de salud ambiental y el bienestar colectivo de la sociedad.

Una realidad que cobra más fuerza es la necesidad de respuestas coherentes a los consumidores, que son cada vez más conscientes del peso ecológico y social de sus elecciones. Con ello, las empresas tendrán que asegurar la satisfacción del público y reconocer, a través de retornos, la creciente sensibilidad del mercado a temas como la sostenibilidad. Todo esto en medio de la búsqueda de resultados positivos a favor del medio ambiente.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en la mayoría de los países, las empresas privadas crean la mayor parte de los empleos, y esto es cierto en los países en desarrollo, donde más del 90 por ciento de las vacantes están en el sector privado. En medio de esto, la OIT también señala que se podrían crear 24 millones de nuevos empleos en el mundo para 2030 si se implementan las políticas adecuadas para promover una economía más verde.

La búsqueda de empresas para esta responsabilidad también implica la acción de limitar el calentamiento global a 2°C, lo que redundará en la creaci-

ón de puestos de trabajo mucho mayores de lo necesario para compensar las pérdidas de empleo en otros sectores. Un campo que gana protagonismo es la energía, que incluye cambios, promueve el uso de vehículos eléctricos y mejora la eficiencia energética de los edificios. Los servicios ecosistémicos sustentan actividades que emplean a 1.200 millones de trabajadores.

En contraste, los aumentos de temperatura proyectados tienden a hacer que el estrés por calor, especialmente en la agricultura, sea más común, lo que podría traer impactos globales y pérdidas en horas trabajadas para 2030 debido a enfermedades. Por lo tanto, los empleos dependen claramente de un medio ambiente saludable y de los servicios que proporciona, y la economía verde puede permitir a millones de personas superar la pobreza, así como proporcionar mejores condiciones de vida para las generaciones actuales y futuras.

Si recortamos por regiones, la creación neta de empleos comprende alrededor de 3 millones en las Américas, 14 millones en Asia y el Pacífico y 2 millones en Europa, gracias a las medidas adoptadas en la producción y el uso de energía. A su vez, podría haber pérdidas netas de empleos en Oriente Medio (-0,48%) y África (-0,04%) si

las tendencias continúan, debido a la dependencia de estas regiones de los combustibles fósiles y la minería, respectivamente.

La OIT también señala que la transición a una economía verde implica cambios en casi todos los sectores económicos, incluyendo agricultura, energía, transporte, construcción, minería, entre otros. Y el progreso hacia una economía sostenible más general tiene impactos en todos los sectores. Con este fin, las medidas de mitigación evitarán los efectos negativos de la degradación ambiental en el entorno de trabajo.

Otro punto que fortalece la visión de una economía verde es que la degradación ambiental puede afectar especialmente a los trabajadores y familias más vulnerables. Con esto, el principal desafío es hacer que la transición sea justa para todos. Es muy importante garantizar que las empresas de todas las regiones estén preparadas y sean capaces de aprovechar las oportunidades de vacantes de empleo verde que surjan, también con el objetivo de evitar el aumento de las desigualdades.

ODS: Camino seguro hacia la acción

Para la alineación de acciones vinculadas a los principios de derechos humanos, laborales, am-

bientales y anticorrupción, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por la ONU en 2015, son la principal guía para que las empresas adapten las operaciones a las buenas prácticas ESG, ya que sintetizan desafíos sociales, ambientales y de gobernanza. Una iniciativa global es Ambición para los ODS.

Esta movilización tiene como objetivo desafiar y apoyar a las empresas que son miembros del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para enumerar objetivos ambiciosos e incorporar los ODS en sus estrategias comerciales, teniendo en cuenta la cadena y el compromiso con las partes interesadas. También es una oportunidad para que las corporaciones vayan más allá del progreso que considera solo el negocio en sí. Siguiendo con el tema, la ONU afirma que los ODS y las metas son integrados e indivisibles, de naturaleza global y universalmente aplicables.

En este sentido, se consideran las diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo nacional y se respetan las políticas y prioridades nacionales. Esta agenda es un plan de acción para las personas, los sectores, el planeta y la prosperidad, además de fortalecer la paz universal en mayor libertad. Con este fin, la ONU reconoce que los ODS son integrados e indivisibles y equilibran las tres dimensiones

del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

En este sentido, los ODS tienen la fuerza para movilizar medios basados en el espíritu de solidaridad global reforzada, centrada en particular en las necesidades de los más pobres y vulnerables y con la participación de todos los países, todas las partes interesadas y todas las personas. Por lo tanto, las interconexiones y la naturaleza integrada de los ODS son de crucial importancia. Los ODS se aplican a todas las personas y reconocen la importancia de la inclusión en la agenda de desarrollo sostenible.

Al actuar de manera responsable y oportunidades para promover el desarrollo sostenible, las empresas contribuyen de manera fundamental al logro de los ODS. La Agenda también afirma que los ODS apuntan a lograr los derechos humanos de todos y destaca las responsabilidades de todos los Estados, involucrando a los diferentes sectores de la economía, para proteger, respetar y promover los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción.

Empleo decente y prácticas ESG
La empresa que busca implementar prácticas ESG señala que las acciones ocurren gradualmente, comenzando con el ambiente de trabajo y la concienciación. Para

ello, las cuestiones del empleo decente implicarán directamente la adopción de una línea sostenible, ya que una acción está vinculada a otra. La OIT sostiene que más personas con empleos decentes significa un crecimiento económico más fuerte e inclusivo, y esto genera más recursos para el trabajo decente.

El trabajo decente aumenta los ingresos fiscales para los gobiernos, que pueden, como consecuencia, financiar medidas sociales para proteger a las personas que no pueden encontrar un trabajo o que no pueden trabajar. Como consecuencia, la desigualdad se reduce y la resiliencia aumenta. La ONU ya ha señalado que los objetivos 2030 responden a la necesidad de que toda la humanidad pueda vivir una vida digna, libre de pobreza, hambre y desigualdad.

Según la OIT, las micro, pequeñas y medianas empresas son las principales creadoras de empleo en el mundo, ya que representan dos tercios de todos los empleos en todo el mundo. En este escenario, las pequeñas empresas a menudo se encuentran en el sector informal, donde las condiciones de trabajo no están reguladas. En este sentido, al enumerar las prácticas ESG, el apoyo a las pequeñas empresas debe intensificarse a medida que los mercados laborales se transforman.

Iniciativa global y participación de LAQI

Todo este preámbulo, que vincula las prácticas ESG y se centra en el trabajo decente como una de las bases de otras acciones, culmina en la adopción de iniciativas dirigidas a la preservación del medio ambiente, especialmente por parte de las empresas, que están cada vez más atentas a esta demanda de sus propios clientes. Como incentivo a la reflexión, el mes de junio está rodeado por el Día Mundial del Medio Ambiente, celebrado el pasado día 5 y que, desde hace 50 años, convoca a la humanidad a celebrar la riqueza del planeta.

La primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano tuvo lugar hace 50 años en Estocolmo, Suecia. Fue la primera cumbre ambiental mundial, consolidando, entre hitos importantes, la idea de crear un Día Mundial del Medio Ambiente. La primera celebración tuvo lugar dos años después, en 1974. Desde entonces, el evento anual ha ayudado a exaltar el planeta y resaltar los peligros que enfrenta. Sobre esto, los expertos destacan que la iniciativa ha traído una serie de cambios.

Cada vez se espera más la participación de empresas, líderes empresariales y organizaciones en la implementación de iniciativas

ambientales. Un camino positivo está vinculado al crédito de carbono, un concepto nacido del Protocolo de Kioto en 1997, que tiene como objetivo reducir los gases de efecto invernadero. Estos créditos son parte de un sistema que ayuda a los países que tienen objetivos a reducir la emisión de estos gases. En este mecanismo, por cada tonelada no emitida, se forma un crédito de carbono.

Atento a todos los principios ESG y Objetivos de Desarrollo Sostenible, Latin American Quality Institute (LAQI) también prioriza en el Modelo Latinoamericano de Excelencia (LAEM), acciones basadas en buenas prácticas corporativas, sostenibilidad, mejora continua de procesos y responsabilidad social, sirviendo a las organizaciones latinoamericanas.

Con un conjunto de acciones que integran el concepto de Responsabilidad Total, el modelo se elaboró a partir de las 40 + 10 acciones de LAQI, que comprenden los siguientes tres niveles: compromiso con la Excelencia, dividido entre la autoevaluación global de la organización siguiendo los criterios de LAEM, localizando las áreas relevantes de mejora; y la implementación y despliegue de un plan de mejora basado en la autoevaluación, es decir, la empresa presenta un compromiso público por es-

crítico, que está certificado por un validador oficial; reconocimiento a la Excelencia, con informe y documento que informa de la evolución de la empresa; y organizaciones que han sido certificadas y galardonadas con los Latin American Quality Awards, un modelo de gestión global que le permite compararse con otras organizaciones.

Referencias

https://www.wwf.org.br/participe/porque_participar/sustentabilidade/#:~:text=%C3%89%20o%20desenvolvimento%20que%20n%C3%A3o,econ%C3%B4mico%20e%20a%20conserva%C3%A7%C3%A3o%20ambiental.

https://www.ilo.org/lisbon/temas/WCMS_650828/lang--pt/index.htm

https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_628894/lang--pt/index.htm

https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_629918/lang--pt/index.htm

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

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

<https://laqi.org/>

RE POR TA JES



MOBI LOGÍSTICA

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

Con sede en la ciudad de Osasco, en el estado de São Paulo, Brasil, la corporación tiene como principales socios a empresas fintech, bancos tradicionales, startups y e-commerces que buscan ofrecer la mejor experiencia a sus clientes. El director de Relaciones, Negocios y Marketing, Paulo Lozano, comenta sobre el camino recorrido por la empresa, así como los desafíos que han permeado la historia de la organización.

«En este mercado, donde el tiempo es dinero, mantener un pilar de calidad con una estructura tecnológica avanzada es

uno de los retos a los que nos enfrentamos a diario. Superamos las adversidades de ser pioneros a nivel nacional con constancia, además de mantenernos comprometidos con nuestros clientes y grupos de interés», afirma.

Mobi Logística cuenta con un programa de mejora continua liderado por gerentes, quienes son coautores de la historia de la empresa. «Estamos comprometidos con proporcionar una participación activa de nuestros grupos de interés», garantiza Lozano, señalando que las directrices pasan por la gestión de procesos, la calidad en la experiencia del cliente, la optimización de los recursos, la responsabilidad social y ambiental, además de la gestión del compliance.

Aún en este contexto, Lozano menciona que los principales desafíos se basan en el flujo de intersección entre las áreas que apuntan a un propósito común: la calidad de los servicios. Para ello, la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) gana protagonismo. Como práctica, la empresa está en proceso de digitalización integrada para disminuir constantemente el uso de papel.

Asimismo, el tema ambiental—uno de los pilares de las acciones ESG, acrónimo para Ambiental, Social y Gobernanza—gana destaque de manera cuidadosa, especialmente junto al equipo. «Buscamos concientizar a los colaboradores con capacitación y brindar un apoyo adecuado, como recursos sostenibles y un plan de reciclaje», afirma el director.



Carolina Dias dos Santos



Paulo Eduardo Lozano

Un agente de RR.HH. selecciona el talento que reside cerca de las sucursales y ofrece un contrato formal. «Mobi cree en el factor humano como un instrumento primario en el viaje del desarrollo. Hay procesos de investigación de recursos humanos con el fin de promover y retener el talento, con incentivos a la inversión en educación y cultura, investigación climática y plan de carrera», comenta.

Paulo Lozano también explica el sistema de Compliance, que tiene el rol de auditar y generar un programa de integridad interna, construir una política de veracidad e idoneidad y hacer cumplir las normas legales, las políticas regulatorias y las pautas establecidas, así como utilizar canales destinados a preservar la naturaleza de los eventos.

La empresa contribuye a la satisfacción de los colaboradores y proveedores a través de un ambiente agradable y transparente, en el que la empresa promueve la autonomía y la libertad de expresión. Además, cuenta con un área de Experiencia de Cliente, que recoge feedback a través de canales directos con los clientes para avalar mejoras.

«Creemos que no hay evolución y competencia sin gestión. Para ello, Mobi utiliza indicadores que ayudan a la toma de decisiones de sus gerentes, quienes están orientados a resultados efectivos en la toma de decisiones. Pasan por procesos recurrentes de reciclaje y capacitación, así como evaluaciones 360° basadas en metodologías, por ejemplo, DISC», concluye el director.



Susane Marques Paes de Almeida

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

Nuestros Seguros



Accidentes Personales



Asistencia Médica



Seguro de Vida



Seguro Vehicular



Seguro Oncológico



Seguro SOAT



Seguro Hogar



Seguro Viajes

Seguros Empresariales

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



Contáctanos:



KCS
Corredores de Seguros

LABORATORIO CLÍNICO NEOLAB

El Laboratorio Clínico Neolab es una institución de salud dedicada a la Prestación de Servicios de Apoyo al Diagnóstico a través de análisis de laboratorio clínico. Ubicada en Ecuador, la compañía se dedica a los sectores público y privado, así como al público en general en las categorías: Hematología y Hemostasia, Química Sanguínea, Enzimas, Marcadores Tumorales, entre otras.

Según el director general, el Dr. César Gallegos Segovia, el propósito de Neolab siempre ha sido ofrecer una atención de calidad y cordial a los pacientes y puntual a demás laboratorios clínicos. Además, busca constantemente identi-

ficar oportunidades de corrección, ajustes y mejoras en los procesos, tanto internos como en los diferentes servicios que brinda.

«Actualmente, somos un Laboratorio Clínico de Alta Complejidad que opera con el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 – 2015/Prestación de Servicios de Laboratorio Clínico, certificado por Bureau Veritas, con acreditación SAE del Servicio de Acreditación Ecuatoriano y Certificación Internacional UKAS Management Systems», explica.

La empresa también busca mejoras en todas las áreas y departamentos. De



esta manera, con cada uno de los responsables de estas áreas, se realiza la identificación y planificación de estos avances. «Verificamos que las expectativas establecidas se cumplan dentro del tiempo de prueba programado», cuenta el director.

A partir de esto, con la información obtenida, se determina si el cambio ha mejorado dichas áreas. A su vez, los colaboradores se mantienen en constante capacitación en las áreas en las que operan: Servicio y Atención al Cliente, Manejo de Utilitarios y Herramientas Digitales, Planes de Emergencia y Contingencia, y Actualizaciones del Manejo de Equipos y Sistemas Automatizados de Laboratorio Clínico.

El Dr. César Gallegos también menciona que, aunque los ODS son amplios e interdependientes, Neolab se centra en el ODS 3: Salud y Bienestar. «Somos conscientes de que podemos contribuir de manera real a apoyar las actividades de diagnóstico, prevención, tratamiento, seguimiento, control y vigilancia de enfermedades para una calidad de vida de los pacientes», afirma.

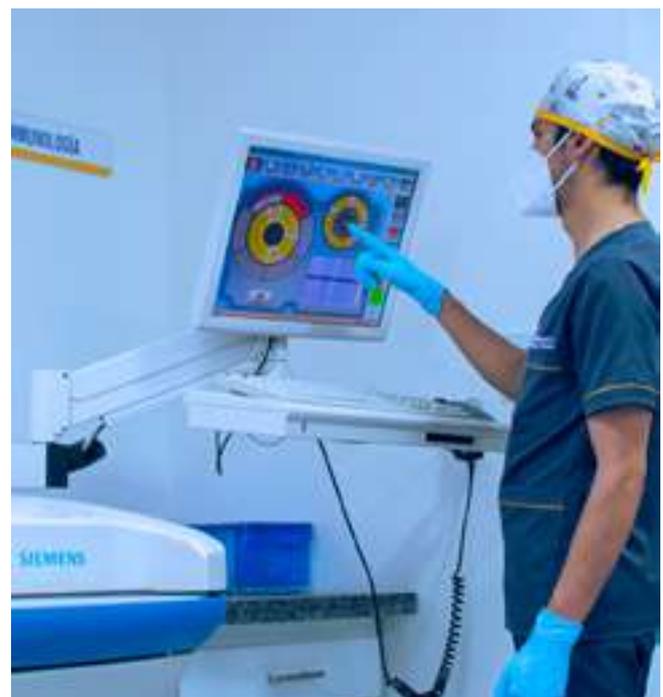
Los atletas ecuatorianos y los equipos nacionales que se han destacado a nivel nacional e internacional promoviendo el bienestar y una vida saludable también reciben apoyo. Uno de los ejemplos es la atleta olímpica de Tokio 2021 y mejor marcador nacional de maratón, Andrea Bonilla Tello. Asimismo, la empresa apoya a entidades de bienestar social y fundaciones benéficas brindándoles precios preferenciales.

Asimismo, la empresa incorpora acciones ESG como estrategia para agregar valor a la institución, a través de mediciones relacionadas con la sostenibili-

dad, el impacto social y ético. Internamente, ahorra agua y energía, reutiliza el papel y evita el uso de plásticos tanto como sea posible. Los esfuerzos también se centran en la contaminación no ambiental por desechos biológicos y químicos.

Sobre la ética empresarial, el Dr. César Gallegos señala que es muy importante no solo por la imagen que se proyecta ante los clientes y el público en general, sino también para atraer a los mejores profesionales que puedan agregar mucho valor a la empresa. Toda la información obtenida de los pacientes se produce de manera apropiada, con consentimiento y aprobación.

«La reputación corporativa es de gran importancia para nosotros y radica en que, a pesar de ser un valor intangible, proporciona ventajas competitivas. Nuestra buena reputación se convierte en un elemento diferenciador en cuanto los consumidores y clientes externos tienen que decidir por nosotros o por la competencia», concluye.





Há 21 anos transformando
as vidas de nossos
estudantes!

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

**Enfermagem
Estética
Gastronomia
Nutrição
Radiologia**

 **dnananindeua**

 **91 98883-7901**

 **cursosdna.com.br**



MS CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS

MS Centro de Serviços Compartilhados es una empresa que se dedica a la asesoría en las áreas de Contabilidad, Marketing y Entrenamientos. Ubicada en la ciudad de Ribeirão Preto, en el estado de São Paulo, Brasil, la organización tiene a médicos y profesionales de la salud como principales públicos. Sostiene que, además de productos diferenciados, el desempeño va en contra del mercado, que invierte en servicio digital.

El CEO Douglas Nascimento de Oliveira comenta sobre el proceso continuo de mejora en la empresa. Señala que el inicio de la obra estuvo permeado por el desafío de la estructuración inicial con procesos y crecimiento incluso durante la pandemia. A su vez, la atención se centra en el servicio al cliente y la entrega de ex-

celencia en el servicio.

Así, MS Centro de Serviços Compartilhados apuesta por un equipo especializado para el seguimiento 24 horas a los clientes. Además, tiene una visión global de las necesidades de los profesionales del área de la salud, como seguros, marketing general, redes sociales, capacitación de secretarías, procesos internos, entre otros.

Los servicios también incluyen el control de turnos, emisión de todas las facturas, sistema online con flujo de caja, ingresos y gastos separados por centros de costo, procesos de alta en el CNES, declaración de Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas de los socios o del profesional, entre otros.



Y en el proceso de implementación del Programa de Calidad Total, los colaboradores tienen una parte, con participación activa en el servicio al cliente. Esto ocurre con un seguimiento continuo en la gestión contable, así como a través de la innovación y facilidad a través de la propia APP y página web en la gestión de procesos y servicio con especialistas las 24 horas.

Douglas Nascimento llama la atención sobre la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), un llamado global a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el medio ambiente y el clima, entre otros puntos. «Creemos que todos pueden tener oportunidades. Por ello, implementamos la posibilidad de que ingresen a la empresa y la posibilidad de crecimiento profesional», explica.

Aún en este contexto, el CEO destaca la Responsabilidad Social Corporativa, mostrando que la empresa cree en las personas, una visión que genera oportunidades para nuevas contrataciones, aunque sean colaboradores sin experiencia, considerando el interés de la persona y no el currículum o el expertise. Uno de los reflejos de estas acciones son las asistencias, que superan los 1500 clientes en todo Brasil y Estados Unidos.

Uno de los pilares de las acciones ESG, el tema ambiental destaca en la empresa con la recolección selectiva interna de productos y materiales de-

sechados. Douglas Nascimento también comenta sobre la ética, que guía todas las acciones en la empresa, que sigue el cumplimiento de la Ley General de Protección de Datos (LGPD). «Asimismo, estamos en el proceso de implementar nuestro Compliance», afirma.

La empresa también busca la satisfacción de los colaboradores y proveedores internos y externos, abriéndoles la posibilidad de diálogo y la oportunidad de escucharlos imparcialmente. Con esto, los colaboradores pueden presentar ideas y visiones sobre los distintos aspectos vinculados a la organización.

Nascimento concluye mencionando la colaboración del cliente en la mejora continua de la empresa —que se lleva a cabo con retroalimentación e recomendaciones— y resaltando el peso de una buena gestión dentro del negocio: «En la industria en la que operamos, la buena gestión es de total importancia, siempre ha sido una preocupación tener una excelente reputación para que podamos crecer en el segmento», concluye.





A MS

CUIDE DA SAÚDE DOS SEUS
PACIENTES. QUE NÓS CUIDAMOS
DA SAÚDE DE SUA
EMPRESA/CONSULTÓRIO.

Somos uma equipe especializada
em gestão contábil, marketing,
jurídico e treinamentos para a área
da saúde.

Atendemos mais de 1500 clientes,
em todo o Brasil e nos EUA.

**REDUÇÃO ENTRE 8 E 12%
DE IMPOSTOS***

*A redução depende do regime tributário e financeiro.

GRUPO MS SAÚDE



O que podemos fazer por você e/ou sua empresa

- Controle de plantões
- Emissão de todas as suas notas fiscais
- Sistema online com fluxo de caixa
- Receitas e despesas separadas por centros de custo
- Processo de cadastro no CNES
- Treinamento semestral para secretárias
- Planejamento tributário mensal / anual
- Declaração de Imposto de Renda Pessoa Física dos sócios ou do profissional
- Holding para profissionais da área da saúde
- Assessoria e orientação em investimentos e aplicações
- Marketing DN e OFF
- Implantação de processos na clínica, consultório e ou hospital
- Sistema para organização dos processos
- APP exclusivo



VAMOS ALÉM!

Além de produtos e diferenciação do mercado, a MS Saúde vai em contramão do mercado - que hoje investe no atendimento digital.

A MS Saúde aposta em uma equipe especializada para o acompanhamento 24 horas por dia com os clientes. Visão global das necessidades dos profissionais da área da saúde, tais como: seguros, marketing geral, redes sociais, treinamento de secretária, processos internos, entre outros serviços.

DIFERENCIAIS

- Acompanhamento contínuo na gestão contábil.
- Inovação e facilidade, através do APP próprio e site na gestão de processos.
- Atendimento com especialistas 24 horas.
- Estruturação de métodos para a contabilidade e o marketing na área da saúde.



OBRIGADO!

- @grupomssaude
- www.grupomssaude.com.br
- (16) 99465-0885



WORLD POST

La actividad principal de World Post son los sobres de seguridad. Ubicada en Santana de Parnaíba y Barueri, en el estado de São Paulo, la corporación centra sus servicios en los siguientes sectores: laboratorios, bancario, retail, petróleo, mercado y e-commerce. Con más de 30 años, la empresa clasifica la innovación continua como su mayor desafío.

Impulsada por la expansión comercial, la organización agrega a su línea de producción y servicios una amplia variedad de nuevos materiales, sirviendo así a los más variados segmentos del mercado. Con esto, es reconocida por la excelencia

y calidad de sus productos y servicios, y conquista espacio en el mercado nacional y extranjero.

Según la directora, Fátima Moraes, la empresa implementa un Programa de Calidad Total, tanto para cumplir con los estándares de la corporación como de los clientes. En este contexto, los colaboradores están relacionados en este proceso, participando en el sistema de gestión ISO y en las auditorías de clientes.

Así, se destaca la misión de desarrollar, producir y comercializar productos con alta tecnología y seguridad, mejorando





la calidad técnica de acuerdo con los requerimientos del mercado, superando las expectativas del cliente y, con ello, brindando un servicio personalizado y de calidad con valor agregado.

Fátima destaca la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), presentes en la compañía, ya que existe un compromiso con las prácticas sostenibles, incluida la implementación de un área de Gobernanza y Cumplimiento. Además, el pilar medioambiental de las acciones ESG gana protagonismo en el día a día de World Post.

«Hacemos y reutilización de casi toda la materia prima de producción (logística inversa). También desarrollamos acciones para la calidad de los propios colaboradores y de las comunidades

aledañas”, comenta. Dichas acciones se complementan con los valores: respeto, honestidad, compromiso, trabajo en equipo, transparencia y resultados.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, las donaciones se realizan en colaboración con la municipalidad. Fátima también menciona la importancia de la ética, presente en todas las acciones de World Post, que cuenta con el área de Compliance y profesionales dedicados. Con este fin, el programa se actualiza constantemente con varios entrenamientos.

La compañía también contribuye a la satisfacción de los colaboradores y proveedores a través de un programa de beneficios, inversiones en capacitación, capacitación e investigación climática.

Además, observa cuidadosamente las opiniones de los clientes, que pueden manifestarse a través de encuestas, registros en el Servicio al Cliente y con el área de ventas y calidad.

World Post tiene como objetivo estar entre las mejores y más grandes compañías del segmento, siendo reconocidas por clientes y socios por la calidad de los productos y servicios. Para ello, preserva las relaciones, valora el conocimiento y busca la evolución constante en tecnología y servicio, manteniendo un negocio ecológicamente sostenible.

«El activo reputacional es lo más importante para World Post, ya que es lo que asegura el mantenimiento y la conquista de nuevos clientes. La preservación y reputación se lleva a cabo a través de acciones de Gobernanza y Cumplimiento, el apego a las leyes y buenas prácticas de mercado, así como la construcción de relaciones contractuales y laborales respetuosas basadas en la ética», concluye.



WORLD POST
ENVELOPES DE SEGURANÇA



9^o

TABELIONATO DE NOTAS

CARTÓRIO

ABREU



BLUEZONE REALTY INTERNATIONAL



Enfocada en ventas de bienes raíces, Bluezone Realty International opera con listado y venta de propiedades de lujo, residenciales, vacacionales y comerciales. La empresa está ubicada en Costa Rica y tiene como presidente a Tim Fenton, quien comenzó su carrera en el sector inmobiliario a la edad de 21 años y hoy es reconocido como uno de los principales corredores de bienes raíces internacionales.

Diego Moya Castro, Senior Sales Consultant de la empresa, explica que la calidad es la base del negocio, ya que cada miembro del equipo recibe capacitación

de clase mundial: «Como miembros de las principales compañías inmobiliarias del mundo, nuestro galardonado equipo garantiza que nuestros clientes reciban un servicio personalizado que proteja su privacidad e inversiones».

La compañía ha instituido programas de capacitación interna y programas de tutoría para que los colaboradores junior reciban el beneficio de la experiencia de los miembros séniores. Con este fin, el equipo se involucra en el Programa de Calidad Total a través de reuniones periódicas y capacitación en línea.

«Cada empleado tiene voz e incentivos para aportar nuevas ideas a la mesa. A través de ese entrenamiento, colaboraciones e implementaciones de clase mundial, nuestra empresa se esfuerza por mejorar siempre las mejores prácticas», agrega el consultor, enumerando en este punto las acciones vinculadas a la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Señala, además, que a los colaboradores se les otorgan metas mensuales y anuales, las cuales se informan mensualmente. Si un miembro del equipo está ausente o llega tarde, se le asigna un mentor para ayudarlo a lograr cada objetivo. Los resultados del soporte y cada acción continua son visibles para aumentar la productividad y la satisfacción del cliente.

Uno de los pilares de la organización es también mejorar la comunidad. Con este fin, se fomenta la protección de los recursos naturales y las mejores prácticas para minimizar la huella ambiental. Estas medidas incluyen limitar la cantidad de papel utilizado para limpiar las playas y trabajar con constructores que comparten la visión de un mundo más limpio.

Blue Zone Realty International tiene un fuerte alcance comunitario: «Patrocinamos clubes de fútbol para niños pequeños, apoyamos el teatro comunitario, organizamos eventos comunitarios y de limpieza de playas. Promovemos desfiles y eventos comunitarios, además de contribuir con salvavidas en nuestras playas y la reforestación de algunas de nuestras tierras locales», garantiza.

La empresa organiza diferentes eventos para la satisfacción de los colaboradores, como capacitaciones en los Estados Unidos, fiestas y celebraciones, almuerzos y ocasiones para la formación de equipos, así como reuniones regulares presenciales para grupos individuales, para discutir sus objetivos, necesidades y aspiraciones en particular.

Diego Moya enfatiza que los clientes confían a la empresa importantes inversiones y datos personales para cada transacción. Dichas informaciones nunca salen de la oficina, ya que los servidores son seguros y los datos personales no se comparten, a menos que sea necesario, y nunca sin consentimiento personal.

«A través de nuestros programas filantrópicos, patrocinios, eventos comunitarios, comunicados de prensa, notificaciones comunitarias y nuestras plataformas de redes sociales, trabajamos incansablemente para garantizar que nuestra reputación en nuestra comunidad local e internacional sea estelar. La importancia puesta en la reputación de nuestra empresa ha dado lugar a innumerables premios y reconocimientos», concluye.



CHOCOMEDICAL

Notificación Sanitaria ✓

Intensifica tu felicidad



Beneficios

- Regula el ánimo.
- 1er Superalimento con cannabis.
- 50 mg de CBD con todos sus beneficios.
- El chocolate mejora la absorción del CBD.
- 70% cacao de fino aroma.

HEMP ECUADOR LABS

Hemp Ecuador Labs es un laboratorio de análisis e investigación 100% dedicada al Cannabis, siendo el primero y único laboratorio de su índole en Ecuador. Se especializa en el análisis de flores, como cualquier tipo de producto que contenga cannabis, y proporciona orientación sobre el cultivo y el servicio para el procesamiento, la producción y el desarrollo de productos.

El fundador y CEO Eduardo Monge explica que el laboratorio brinda servicios de consultoría al sector comercial nacional, dirigidos a emprendedores o startups en la industria del desarrollo y distribución de productos de cannabis que deseen utilizar el CBD de manera profesional, ética y responsable.

Para ello, brinda asesoría 360° en lo que respecta a la construcción de una organización cannábica, desde sus primeros pasos; brinda servicio de extracción por profesionales altamente capacitados, quienes emplean los mejores métodos extractivos para componentes de Cannabis existente hasta el momento; y cuenta expertos en la materia de «trimming» y manicurado de flores de Cannabis, además de disponer de maquinaria especializada.

Actualmente, Hemp Ecuador Labs también acoge el sector salud, ya que cuenta con una tienda de experiencias, que funciona como dispensario de productos de cannabis medicinal, dirigida a pacientes de todas las edades con dolor moderado, intenso o crónico causado





por enfermedades como artritis, dolor muscular, estrés, ansiedad, entre otras.

Eduardo Monge afirma que el laboratorio también implementa sistemas de verificación de calidad en todos sus departamentos, lo que propone el trabajo conjunto de todas sus áreas para lograr estándares de calidad que atiendan efectivamente las necesidades del cliente, asegurando el 100% de satisfacción.

Con esto, el equipo conformado por agrónomos, genetistas, abogados, desarrolladores de negocios y científicos experimentados contribuye al Progra-

ma de Calidad Total de la compañía, siguiendo los cambios e innovaciones de la naciente industria del Cannabis en Ecuador, además de recibir capacitación y mantenerse abierto a aprender de los desafíos.

El CEO describe el laboratorio como una empresa que mantiene un plan de negocio que ofrece espacio para acciones con un impacto positivo en la sociedad basado en los ODS. En este contexto, destacan los ODS 3: Salud y bienestar; ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico; ODS 9: Industria, innovación e infraestructura; y ODS 13: Acción por el clima.

También se enfoca en la implementación de pequeñas acciones, pero que buscan generar impactos a gran escala, implementadas principalmente en los departamentos de producción y comercialización, como proyectos de reforestación para la construcción de ecosistemas aptos para plantaciones de cáñamo industrial y uso completo de envases biodegradables.

Además, la responsabilidad ambiental y la filantropía son de suma importancia para la empresa. La compañía trabaja con una visión centrada en el ODS 13. Asimismo, actúa como socio patrocinador y defensor de cualquier emprendedor que quiera apoyarse

con filtros legales y permisos de operación con respecto al uso comercial de productos que contienen CBD.

«Mantener una imagen corporativa que transmita profesionalismo y altos estándares de calidad es uno de nuestros hitos más importantes. El objetivo es reflejar una reputación que convenza no solo al público en general, sino también a las entidades gubernamentales de que la industria nacional del cannabis tiene un alto potencial en la economía y en las relaciones internacionales», concluye Monge.





LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE



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

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

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

WWW.LAQI.ORG

PRODIMEDA CIA LTDA

Prodimedia Cia LTDA es una empresa familiar ecuatoriana con más de 30 años de experiencia en la importación, comercialización y distribución de dispositivos, equipos y mobiliario médicos bajo estándares de calidad, para ofrecer a sus clientes servicios personalizados y amplia cobertura en el país.

Todas las acciones están guiadas por los valores de respeto, honestidad, humildad, pasión, integridad y orientación al cliente. Gracias al trabajo, transparencia, esfuerzo y dedicación constante, la organización se ha consolidado como una de las empresas líderes en el sector salud en Ecuador, teniendo incluso certificaciones ISO 9001:2015 y BPADT.

La gerente general, Ing. María Beatriz

Andino M., explica que la organización está enfocada en el área de salud, atendiendo las necesidades nacionales de hospitales públicos y privados, clínicas, centros médicos, redes de farmacias, distribuidores mayoristas y minoristas, instituciones educativas (UDLA, USFQ, UTE, UCE), médicos de todas las especialidades, enfermeras, pacientes y consumidores finales.

Centrándose en la calidad, Prodimedia Cia LTDA inició una transformación tecnológica, de cultura organizacional y procesos, lo que significó superar obstáculos. Además, integró firmemente los objetivos organizacionales establecidos. La empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad certificado desde hace 10 años.



«La compañía ha invertido recursos para obtener las certificaciones ISO 9001:2015 y BPADT, que contribuyen al compromiso y la mejora continua», refuerza María Beatriz Andino, destacando que la formación y preparación constantes, combinadas con un liderazgo inquebrantable, permiten comprender la evolución de forma sostenible.

La organización tiene una visión clara de su compromiso con las personas en general, por lo que sus actividades se centran en tres grandes Objetivos de Desarrollo Sostenible, que son: Salud y Bienestar; Formación Académica e Industria; Innovación e Infraestructura, con destaque en iniciativas ambientales.

«El medio ambiente es uno de los principales pilares del desarrollo sostenible. La organización propone una serie de medidas diarias para reducir la contaminación y promover el uso correcto de los recursos, entre las que se encuentran: la implantación de un sistema de gestión digital, el reciclaje y la reducción de uso de plásticos. Todo esto ayuda a promover la conservación del medio ambiente», comenta María Beatriz Andino.

La responsabilidad de la empresa va más allá del cumplimiento de las normas y leyes obligatorias. Para ello, realiza actividades sociales, como donaciones a fundaciones, contribuye a reducir la contaminación ambiental a través de una adecuada gestión de residuos y reduciendo el uso de plásticos, entregando productos a clientes y proveedores en envases de papel o cartón.

En términos de seguridad, está comprometida, tiene procesos y servicios en la nube, sistemas de respaldo de información que se realiza a diario con servidores en el exterior. También tiene implementado sistemas de seguridad, con el fin de

proteger las bases de datos e información en general, evitando el ingreso de hackers o servidores maliciosos.

«La reputación es una de las prioridades, ya que garantiza la integridad de la empresa. Entre las múltiples medidas que toman se encuentran brindar soluciones oportunas, información veraz, fidelización de clientes internos y externos, mantener certificaciones que garanticen la calidad de los productos y una cultura corporativa con valores establecidos», concluye.





Giganet tiene conexiones adecuadas para su hogar y negocio



Internet para hogar:

Internet: servicio de alta velocidad con conexiones privadas y directas a nuestra red.

TV: una experiencia de TV avanzada con video y sonido digital, incluidos canales HD.

Internet para empresas:

- **Redes de Datos/Soluciones de Internet:**
- Internet de alta **velocidad** de clase empresarial, acceso a Internet dedicado, Transporte IP, MPLS VPN
- **Servicios gestionados:** CPE gestionado, red y servicios de seguridad



NETA SYSTEMS SA DE CV

Neta Systems SA de CV se enfoca en brindar Servicios Administrados, Fábrica de Software, Consultoría Especializada en TI, Telecomunicaciones e Infraestructura. La empresa integra Digital Business Transformation, Aplicaciones de Negocio, Análisis de Datos, Big Data, Blockchain, Inteligencia Artificial, Cloud Computing, Monitoreo y Ciberseguridad, además de Implementaciones de Telecomunicaciones.

Según la directora general Carolina Tatay Nehim, la diversidad de servicios tecnológicos prestados permite a la empresa participar en proyectos para organizaciones públicas y privadas, en todos los sectores económicos, como comercio, automotriz, medio ambiente, salud, seguridad, finanzas, servicios, turismo y telecomunicaciones.

Ella señala que los servicios brindados cuentan con la más alta calidad, a través de la responsabilidad y compromiso de los colaboradores, en constante apego a las leyes y marcos regulatorios, aplicando la mejora continua recurrente dentro del programa de Gestión de Calidad y estableciendo normas y estándares internacionales.

“Para ello, contamos con contamos con CMMI Dev, N3 entre otras certificaciones, aplicando enfoques basados en riesgos, estableciendo y ejecutando metas con objetivos de calidad y metodologías ágiles como forma de trabajo diaria integrada en nuestros especialistas de tecnología», señala la directora, destacando la participación de los colaboradores en este programa de gestión.





Para Neta Systems, la sostenibilidad y la inserción social en el mercado a través de acciones diferenciadas son importantes. Algunas de esas acciones se generan para desarrollar continuamente a los colaboradores, enfocando en la calidad de los servicios brindados, el mercado mexicano y el bienestar social, así como el cuidado del medio ambiente.

Carolina Tatay explica que, a través de diferentes alianzas, la compañía ha promovido la colaboración con diferentes promotores de la difusión de información sobre derechos y defensores del medio ambiente, así como la participación continua de sus colaboradores en la importancia de las acciones dirigidas por los programas que se planifican para el cuidado del medio ambiente.

Además, se implementaron mecanismos de colaboración y apoyo mutuo mediante un acuerdo firmado con diferentes movimientos y organizaciones. Así, se promueven relaciones de cooperación social, que incentivan actividades para promover acciones que desarrollen la calidad de vida, el empoderamiento de mujeres, hombres, niñas, niños y jóvenes en México.

El equipo se guía por los principios y directrices establecidos en el Código Ético Institucional y las políticas internas, que sustentan la base del comportamiento del entorno empresarial y de servicios. Estos están estrictamente vinculados a la ética, a la hora de organizar, dirigir y controlar el uso de recursos y procesos.

Según el director general, la organización busca proporcionar a los colaboradores un ambiente de trabajo colaborativo. En particular, busca ofrecer difusión de beneficios, promoviendo en puestos técnicos o especializados, antes del cierre de cada proyecto o servicio, la reubicación continua de colaboradores a otros proyectos.

Carolina Tatay concluye afirmando que Neta Systems ha incrementado, a lo largo de los años, sus altos niveles de servicio, cobertura a través de estándares de calidad y aplicación de las mejores prácticas de la industria informática, manteniendo procesos de certificación que dan fe del reconocimiento de los diversos cumplimientos que tiene de carácter legal, financiero, operativo y comercial.



Servicios profesionales de limpieza

Espacios limpios para el bienestar de todos.

Nuestros Servicios



LAVADO DE MUEBLES Y SILLAS



LIMPIEZA EN GENERAL



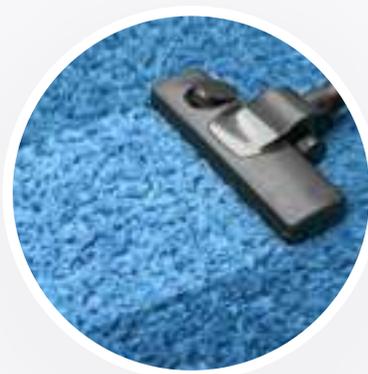
LAVADO DE CORTINAS



LIMPIEZA DE PARQUEOS



LAVADO, CRISTALIZADO Y PULIDO DE PISOS



LAVADO Y ASPIRADO DE ALFOMBRAS

RAIO RASTREADORES DE VEÍCULOS

Especializada en el seguimiento de vehículos, Raio Rastores de Veículos ofrece soluciones completas para la protección de los más diferentes tipos de vehículos. La empresa se dirige a los diversos tipos de público, tanto corporativo como individual. Son flotas ligeras y pesadas, de paseos, coches, motos e incluso embarcaciones, además de la línea de mascotas y seguimiento de personas.

Entre los principales retos superados al inicio del trabajo estuvieron: presentar una nueva tecnología en el mercado, crear en el cliente la idea de que era necesario invertir en el producto para garantizar la seguridad de su patrimonio, la falta de mano de obra califica-

da para la instalación del producto y la inexistencia de crédito para la inversión.

Según el CEO, Cristiano Lopes de Figueiredo, Raio siempre busca mejorar el clima organizacional, así como la calidad y el bienestar de los colaboradores: «Tenemos programas internos para nuestros funcionarios y comenzamos con nuestra integración y capacitación constante de sistemas para mejorar las actividades, tanto en la parte técnica como en el servicio», afirma.

Para ello, siempre procura ahorrar en el uso de recursos naturales y renovables, siempre en busca de nuevas tecnologías para, además de servir a



los clientes, tratar de reducir el impacto ambiental. También en este contexto, se destaca la importancia de la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

«La compañía tiene la visión de que el desarrollo sostenible debe ser un objetivo para alcanzar, con miras al mejor desempeño de sus actividades. Para ello, es necesario promover el buen clima laboral, aprovechar al máximo los equipos disponibles, y siempre que sea posible, sustituir los equipos más antiguos por otros con mayor eficiencia energética», afirma Lopes.

Cristiano también señala que ESG define los parámetros para evaluar si la empresa está siguiendo buenas prácticas sostenibles, siempre con enfoque en el medio ambiente, la sociedad y la gestión empresarial. El gran desafío es mantener el equilibrio, estar abierto a los cambios y al comportamiento del mercado.

Raio también ha sido una organización desde 2019. «Desafortunadamente, con la pandemia, hubo un retraso natural en la implementación de proyectos ya definidos. Por lo tanto, aún no tenemos un programa de cumplimiento completo, pero hemos

adoptado las mejores prácticas basadas en las leyes de nuestro sistema legal en todos los segmentos», cuenta el CEO.

Además, los colaboradores reciben una formación constante basada en casos reales y siempre están dispuestos a adaptarse a las dificultades del mercado. La búsqueda por información es otro factor que se fomenta entre los colaboradores, sirviendo como estímulo para el crecimiento personal y la mejora de la empresa.

El CEO señala que una de las principales estrategias con el público es tener medios de comunicación y apertura al diálogo. Esto ocurre a través de chats, teléfono 0800, WhatsApp y correo electrónico, donde todos pueden exponer sus opiniones y sugerencias de mejoras, que son analizadas junto con los gerentes.

Concluye destacando que una buena gestión es esencial para Raio Rastreadores de Vehículos, así como la satisfacción y el mantenimiento de su cartera de clientes. «Solo con ese historial, la empresa es capaz de avanzar, progresar, buscar la mejora de su actividad y mantener una buena reputación», concluye.



Orgullosos de Confeccionar Uniformes
Múltiples de Nuestro Perú.



Somos una empresa
textil con mas de **20 años de experiencia**

en el rubro de confección, nos especializamos en la
confección de **Uniformes Corporativos**, Uniformes de **Vestir**,
Uniformes **Industriales**, Prendas para **programas Sociales** Y
uniformes para la **Línea Hospitalaria**.

Nuestra empresa es un **proveedor de servicios completos**,
ofrecemos el proceso de producción, desde el desarrollo de
muestra hasta el producto terminado.

**CORPORACIÓN INDUSTRIAL
INDEPENDENCIA S.A.C.**



Contamos con certificaciones:



Av. Michael Faraday N°565
Ate - Lima - Perú
LIMA 15022

+511 715 0557
+51 937 657 615

ventas@corporacionindependencia.com

<https://corporacionindependencia.com/>

BISTRÔ LOUISE DESDE 2017

Ubicado en la ciudad de Feira de Santana, en el estado de Bahía, Bistrô Louise Desde 2017 se vuelca a la alta cocina y tiene como público la clase media alta y alta. Guiada por la excelencia, la empresa valora la cercanía con el cliente y un servicio que supera las expectativas, siempre apuntando a la calidad.

La CEO Luize Arapiraca comenta que al inicio del trabajo uno de los principales retos fue la formación del equipo de



colaboradores y la identificación de los mejores proveedores y prestadores de

servicios y productos. Hoy en día, hay un equipo cohesionado, armonioso y con los mejores proveedores fidelizados.

La CEO explica que el programa de Calidad Total puede entenderse como el cumplimiento completo de las necesidades de un cliente. En vista de ello, el Bistrô Louise tiene un año y cinco meses de operación y reconoce la importancia de este programa incluso antes de la inauguración.

«Se sabe que la Calidad Total es un resultado natural de las prácticas de mejora continua en los niveles operativos de las organizaciones. Las principales directrices son a través de la implementación de los sistemas. Los principales retos se producen a través de la satisfacción de todos los agentes implicados, como socios, proveedores, distribuidores, colaboradores y trabajadores subcontratados», afirma.

Otro punto que destacar son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En la empresa, la visión es que solo a través del desarrollo sostenible es posible proteger el medio ambiente, el clima y garantizar que las personas, en todas partes, tengan acceso a la salud, el bienestar, la alimentación, con seguridad alimentaria nutricional, educación de calidad y hambre cero.

Luize Arapiraca también señala que Bistrô Louise tiene un programa de Educación Ambiental y, en relación con



la Responsabilidad Social, fomenta la capacitación de jóvenes y adultos, cuenta con programas para donar canastas de alimentos a instituciones sociales o familias en situación de vulnerabilidad social, además de proyectos sociales para el ingreso de jóvenes a la vida académica.

La compañía considera que la aplicación de una política organizacional alineada con los intereses de la sociedad nunca ha estado más en evidencia. “Es un hecho que va más allá del aspecto operativo, trascendiendo los aspectos éticos y morales. El cumplimiento tiene como objetivo garantizar el menor riesgo de imagen y exposición de la empresa”, explica.

En este contexto, el mayor desafío fue sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia del Compliance para la empresa y las relaciones profesionales que se establecieron. «Es demostrar que el programa no es un castigo o coerción, sino el más completo e importante en términos de organización

y conducta ética y legal», afirma.

Luize Arapiraca también destaca que todos los clientes, después de haber vivido la experiencia gastronómica y sensorial en Bistrô Louise, de una manera muy discreta, son consultados por algún empleado, la mayoría de las veces la propia CEO o la gerencia, sobre su opinión, sugerencias o críticas sobre todo el servicio, desde la atención inicial hasta la cocina y la limpieza del medio ambiente.

La CEO concluye mencionando que la reputación corporativa va más allá de la visión del cliente sobre la empresa: «Es un conjunto de percepciones externas, pero también internas, que pueden abarcar una serie de conceptos buenos y malos. Por lo tanto, es extremadamente importante asegurar la percepción que la marca tiene la intención de construir a lo largo de los años».



Bcysa



BURSARIA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE



Great
Place
to
Work.
Certified
Programme
2019

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

LÍDERES



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

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

FAST4YOU FRANCHISING LTDA

Fast4you Franchising LTDA es una empresa de mercados autónomos en condominios residenciales, que están abiertos las 24 horas, los siete días de la semana y sin ningún asistente en el sitio. Las compras se realizan sin colas y en cualquier día y hora. Actualmente, se encuentra en más de 20 estados de Brasil, con más de 400 unidades.

La CEO y fundadora, Daiane Vanovi, explica que el mercado autónomo en condominios es algo nuevo en Brasil y señala que Fast4you Franchising fue pionera en este modelo en el país hace dos años. Con esto, dice que está siendo disruptivo transformar la experien-

cia de compra del usuario, así como desarrollar proveedores para cumplir con este modelo.

Entre los muchos y principales beneficios de este nuevo creador de mercado está la cercanía, facilidad, confianza, mezcla definida según el cliente, precio justo, ausencia de colas, compras a través de aplicaciones – autoservicio y apreciación de la propiedad, siendo también otro punto de venta de las empresas (instalaciones).

Para ello, existe un estricto control de calidad relacionado con el estándar de las tiendas, por el cual se desarrolla





formación sobre la plataforma de la Universidad Corporativa Fast4you, exclusiva de la red, además de la atención al cliente en cada punto de venta. «Nuestro equipo tiene capacitación constante en diferentes temas y tiene una gran interacción con los clientes», dice.

Esta proximidad al público se produce a través de encuestas de satisfacción para la mejora continua. Daiane señala que uno de los pilares en la planificación estratégica de la compañía es el desarrollo sostenible, donde existe un control a través de KPIs en cada área y acciones específicas en cada segmento.

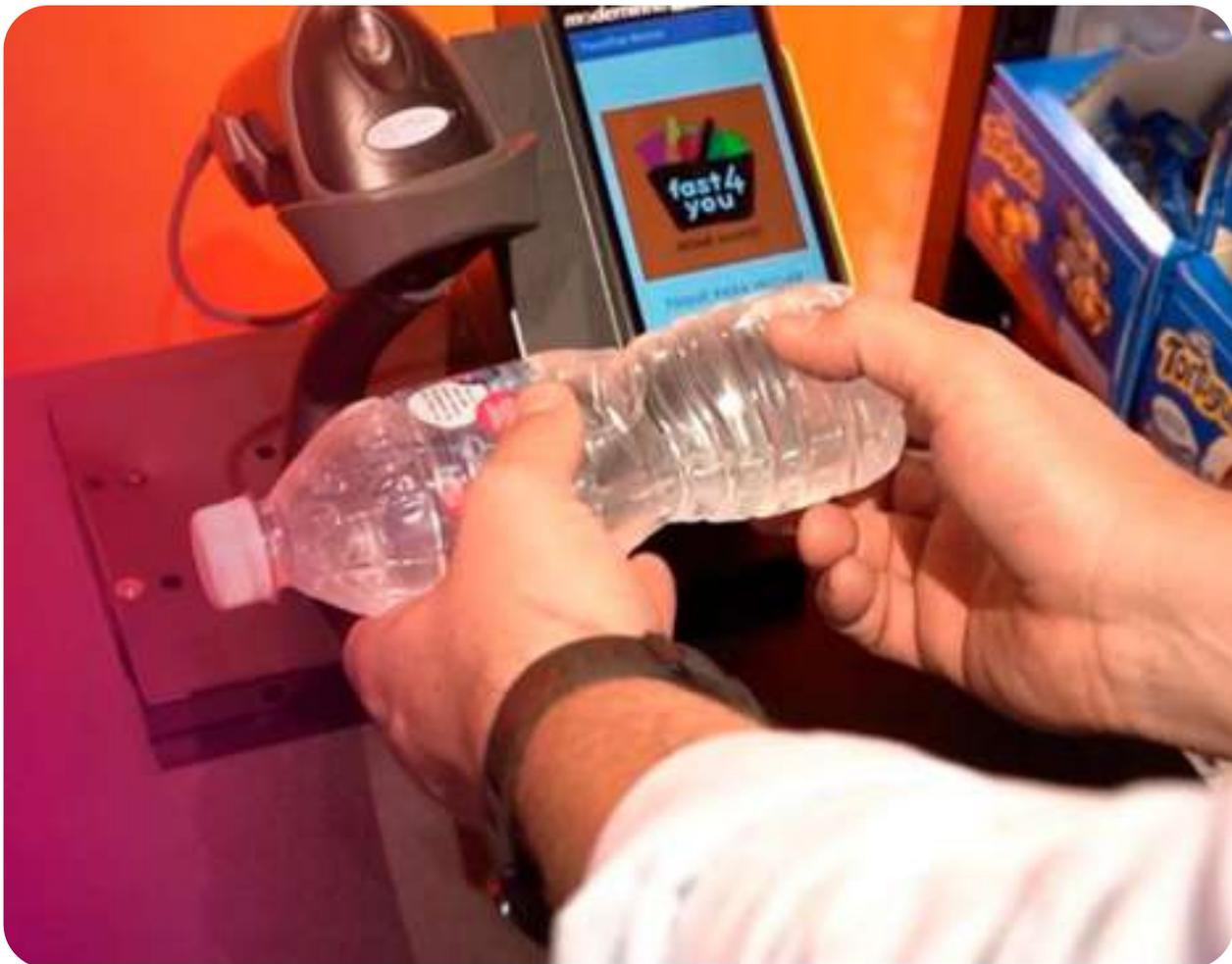
Otro punto destacado son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por las Naciones Unidas (ONU) como un llamado global a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el medio ambiente y el clima, y garantizar que las personas, en todas partes, puedan disfrutar de paz y prosperidad.

Así, la sostenibilidad gana relevancia en la empresa, ya que este tema está en el ADN de la organización. Esto se debe a que todos los procesos están optimizados virtualmente. Un ejemplo es el uso de bolsas retornables en la tienda, comunicación, online, así como NFS y cupones de compra, que se envían electrónicamente al cliente.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, dentro de las tiendas se estimula la comercialización de productos regionales registrados, posibilitando el crecimiento de proveedores locales. En medio de esto, hay un sistema de seguridad para los datos y un proceso de cumplimiento muy bien alineado en la empresa.

Daiane señala que Fast4yoy Franchising siempre busca contribuir al desarrollo personal y profesional de todo el equipo y proveedores, fortaleciendo las asociaciones, estimulan-

do el crecimiento junto con la red de una manera sostenible y transparente. También cuenta con un canal de atención a clientes y un equipo de servicio capacitado para la mejora continua: «Estamos experimentando un crecimiento acelerado en todo el territorio nacional, con más de 400 unidades, y esto es el resultado de un trabajo realizado por un equipo muy competente y asociaciones que tienen el mismo propósito. Esta construcción solo es posible con confianza y responsabilidad», concluye la CEO.





Desenvolvimento de Tecnologia

- **SIM- Solução Integrada (Visual e Gráfico) de Monitoramento (Operacional de Sondas de Perfuração em Workover).**

- O **SIM** integra o monitoramento operacional e visual dos parâmetros de perfuração e completação através de sensores ou sistemas de instrumentação utilizando energia limpa e tecnologia Wireless com a manutenção preditiva e o controle das atividades visando evitar a poluição do meio ambiente bem como a visualização integrada das operações.



- **SAV- Sistema de Análise de vibração.**

- O **SAV** Sistema composto de Hardware + Software com o objetivo de otimizar o funcionamento das máquinas, ou seja, trabalha na manutenção preditiva, monitora toda e qualquer vibração que ocorre nas máquinas interpretando em ondas que são convertidas em frequências (Fourier e Wavelet) e analisadas para diagnosticar possíveis problemas futuros.



- **Simulador de Controles de Poços (Wellcontrol Simulator).**

- Simulador utilizado para cursos de **Wellcontrol**, análise e solução de problemas de poços Petrolíferos tanto na perfuração quanto na produção. Único simulador nacional que atende 100% das exigências do IADC.



- **SISGECOM - Sistema de Gestão Energética Integrado com Simulador de Energia, Controle Operacional e Monitoramento Remoto.**

- Sistema de gestão da energia elétrica usando a otimização operacional através de um simulador para análise e diagnóstico de consumo elétrico bem como o monitoramento e a continuidade de fornecimento de energia em locais distantes via GPRS/GSM.



SOLUTION

Solution ofrece soluciones en el campo de la energía solar fotovoltaica, con consultoría a través de un equipo de ingeniería especializado. La inteligencia fotovoltaica es un paso, ya que el proceso es más grande e integrado, lo que implica el estudio del proyecto individualmente, la implementación de módulos, el monitoreo de la eficiencia del sistema y el mantenimiento necesario.

Ubicada en Itapira, en el estado de São Paulo, la organización se dirige al mercado B2B, es decir, a las empresas. Entre ellos, sectores de la industria, el comercio y la agroindustria. Además, existe un interés en las empresas que buscan proveedores con preocupacio-

nes regulatorias, éticas, de seguridad y acciones sostenibles.

Según el CEO, Ing. Aroldo Porto Citrângulo, Solution cuenta con un Sistema de Gestión Integrado, enfocado en satisfacer las expectativas del cliente y las leyes vigentes. Y, a través de una cultura de calidad, existe una búsqueda constante de mejora continua, a través de procesos estandarizados, y capacitación constante sobre la relevancia de los controles de calidad.

También comenta que la empresa trabaja constantemente con la participación del equipo, la capacitación y la definición de estándares de trabajo con





una rutina establecida de sus procesos y un seguimiento a partir de indicadores. Además, hay un cuidado constante, de cada empleado, sobre los procesos de calidad individual y colectiva.

La organización se basa en tres pilares: personas, medio ambiente y calidad. «Eso permite afirmar que la empresa tiene una filosofía y acciones sostenibles. Además, el esfuerzo en iniciativas que valoran el mundo y las personas ya ha sido reconocido y lleva consigo títulos ISO», subraya el CEO, enumerando las normas ISO 9001, 14001 y 45.001.

Además del cumplimiento de la Ley y la esencia de estar ya enfocada en la sostenibilidad, la compañía también recibió la certificación GPTW. Este título hace referencia a la calidad en el ambiente de trabajo, siendo posible a través de los propios colaboradores,

que revelan sus percepciones. Además, hay procesos constantes relacionados con el tema ambiental.

También en este contexto, Aroldo menciona, por ejemplo, que la empresa utiliza indicadores oficiales, como el Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) en cada proceso, con el fin de controlar la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) que contribuyen al calentamiento global, como el CO₂. También hay una preocupación incesante con la correcta separación de los residuos.

La compañía ha estado estructurando una visión sólida en el Triple Bottom Line. No solo en ganancias y el medio ambiente, sino la estructuración de acciones que apoyen a la comunidad. Los líderes están alineados con dichas necesidades, participando en temas

relacionados con la mujer, los ancianos y los futuros programas de empleabilidad y apoyo a la recuperación de personas en situación de vulnerabilidad.

El Compliance, a su vez, se ve a través de las regulaciones, desde premiaciones hasta homologaciones al sistema interno. Hay una interfaz entre departamentos, pero todo está documentado, respetando una jerarquía corporativa, tiempo y productividad. En seguridad de datos, la empresa divide internamente cada documento según niveles.

«La reputación de Soluttion fue y está siendo construida en base a las actitudes de los colaboradores, el compromiso con la tríada de sostenibilidad, celo e inversión constante en todo el equipo, así como todo el proceso sistémico que involucra a los clientes», concluye Aroldo Porto, enfatizando el propósito de una reputación

eficiente, confiable, íntegra, diferenciada y muy responsable.





BOLIVARIANO

INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO

Somos
Categoría

A



CARRERA DE ENFERMERÍA

Resolución RPC-SO-37-No.683-2019



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

Resolución CES RPC-SO-30-No.481-2018



CARRERA DE CONTABILIDAD

Resolución CES RPC-SO-21-No.309-2018



CARRERA DE GASTRONOMÍA

Resolución CES RPC-SO-46-No.811-2017

CARRERA APROBADA POR EL  **CES**
Consejo de Educación Superior

TÍTULOS

3^{er}

NIVEL



www.tbolivariano.edu.ec



José A. Eguiguren y Bolívar



info@tbolivariano.edu.ec



072 575 245



093 937 4133



Loja, Ecuador



GRUPO RHONNA

El Grupo RHonna está enfocado en servicios para la regularización inmobiliaria en el segmento de Arquitectura; proyectos y obras en Ingeniería; clínica de servicios en Seguridad y Medicina del Trabajo; Seguros y pensiones; y servicios para la Gestión Empresarial. La empresa está ubicada en São Paulo (SP).

El CEO, Ronaldo de Oliveira e Silva, explica que la corporación atiende al público B2B y B2C con un enfoque en la regularización inmobiliaria, Medicina Ocupacional especializada en Seguridad Ocupacional, Administrativa y Outsourcing y Seguros y Seguridad Social. Todas las actividades están guiadas por la calidad y la excelencia.

«Hemos podido regularizar más de 2000 propiedades en la ciudad de São

Paulo desde 2020. Otro reto fue la inauguración, en 2021, de nuestra Clínica de Medicina del Trabajo, que atiende a empresas de forma estructurada y cómoda, con equipos de última generación. El desafío más reciente fue la inauguración, en 2022, de nuestra Agencia de Seguros», comenta el CEO.

Para ello, la institución cuenta con un programa que se desarrolla mediante la gestión del desempeño monitoreada diariamente por líderes y gerentes, en un ambiente distendido y con diversos beneficios para los colaboradores. «Creemos que un empleado feliz siempre ofrece el mejor resultado», afirma Ronaldo de Oliveira.

Por lo tanto, a través de las calificaciones en ESG —acrónimo para Ambiental, Social y de Gobernanza—, Ley Gene-





ral de Protección de Datos (LGPD) y Libre de Violencia contra las Mujeres (LVCM), el Grupo RHonna valora la responsabilidad humanitaria, la seguridad de los datos y toma en serio los valores de defensa de las mujeres y de todos los clientes.

Con la adquisición de certificaciones en ESG, LGPD y LVCM, la compañía cuenta con un sector enfocado en programas sociales que, mensualmente, planifica acciones que benefician al público alrededor de la oficina y valoran la seguridad de la información. Este sector también es responsable de implementar nuevas políticas y oportunidades dentro de la institución enfocadas en el área social.

Ronaldo de Oliveira llama la atención sobre el director técnico de la organización, un ingeniero con experiencia ambiental. «Con su experiencia ayudando y facilitando la convivencia de la empresa con el área ambiental, siempre trabajamos en asociación con agencias públicas, como Cetesb, con gran participación en programas de Ingeniería Ambiental en todo Brasil», explica.

Además, a través del sector enfocado en programas sociales, desarrolla campañas mensuales para servir a la comunidad, llevando a cabo la Responsabilidad Social Empresarial. También cuenta con un Código de Ética, Conducta y Anticorrupción, que llama la atención de los colaboradores, quienes, al ser admitidos, reciben una capacitación rigurosa y, al final, son evaluados.

En cuanto a la satisfacción de colaboradores y proveedores, la empresa aplica encuestas mensuales y cuenta con informes elaborados por los facilities, actuando siempre con calidad y transparencia. «Cada mes, ofrecemos un desayuno para proveedores, clientes y colaboradores», cuenta.

Los clientes también colaboran en la mejora continua del negocio mediante interacciones en las redes sociales de la empresa y principalmente a través de la apertura con el departamento de Calidad. «Valoramos la calidad y transparencia de todos los servicios contratados, ofreciendo siempre a los clientes un asesoramiento constructivo», concluye.



Grupo RHonna

O Grupo RHonna é um grupo de empresas focado em soluções humanas e tecnológicas, visando sempre o cliente final, entregando todos os serviços com o máximo de excelência possível, através de uma política de inovação, sustentabilidade, inclusão e ESG.

Composto pela RHonna Soluções - RHonnatec - RHonnamed - RHonnacorr, focadas em Regularização Imobiliária, Projetos e Obras, Medicina Ocupacional, Gestão para Recursos Humanos e Seguros e Previdência.



RHonna Soluções
Gestão Adm & Outsourcing



RHonnatec
Engenharia & Projetos



RHonnamed
Medicina Ocupacional



RHonnacorr
Seguros & Previdência



GRUPO GALCON

SOLUCIONES ELÉCTRICAS, DE REFRIGERACIÓN
Y CLIMATIZACIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL



**“NUESTRAS SOLUCIONES VAN, DESDE LAS
MEJORAS CONTINUAS DE SUS INSTALACIONES
ELÉCTRICAS HASTA LA CREACIÓN DE NUEVOS
PROYECTOS LLAVE EN MANO”**

AMBSOLUTION ENGENHARIA AMBIENTAL

Ubicada en la ciudad de Santo André, en el estado de São Paulo, Ambsolution Engenharia Ambiental tiene como actividades principales la Gestión de Áreas Contaminadas (GAC), Gestión Total de Residuos (TWM), Licenciamiento, Asesoría y Consultoría Ambiental, Demoliciones y decomisionado técnico, así como Proyectos de Compensación y Reforestación.

Los servicios están enfocados en los sectores público y privado, atendiendo a todos los sectores de la industria, automotriz, agrícola, química, siderúrgica, metalúrgica, minera y petroquímica. Todos los procesos y actividades de la

empresa están orientados hacia la calidad, la excelencia y la satisfacción del cliente.

Según el CEO Márcio Benedicto, la organización fue acreditada en 2017, bajo el código CRL 1234, para realizar muestreos de aguas subterráneas, como pozos de monitoreo y abastecimiento, y aguas superficiales, además de las pruebas de pH, conductividad, temperatura, oxígeno disuelto, potencial de oxidación y turbidez.

«Y hoy, estamos certificados ISO 17025, con criterios para atestiguar que nuestros laboratorios tienen competencia,





un sistema de calidad efectivo y que nuestro equipo es capaz de producir resultados técnicamente válidos. La Coordinación General de Acreditación del Inmetro es el organismo responsable de la acreditación y, cada dos años, nos sometemos a una evaluación», añade.

Ambsolution también tiene como política la garantía de que sus colaboradores están capacitados y calificados en los procedimientos y metodologías pertinentes a sus funciones, y pueden influir en las actividades del laboratorio, trabajar con imparcialidad, competencia y de acuerdo con el sistema de gestión, con el fin de cumplir con los objetivos de calidad.

La preocupación también se centra en el medio ambiente, los colaboradores y el bienestar colectivo de la comunidad

que los rodea. «Ambsolution siempre ha actuado en el consumo sostenible en su oficina, adoptando transparencia en sus procesos, su estructura adaptada para reducir la energía y el consumo de desechables y papel, así como la adopción de documentación electrónica», explica.

La planificación también implica la implementación del control de indicadores de agua como definición de objetivos para reducir el consumo, así como debe llevarse a cabo para los indicadores de energía, gestión de residuos y emisiones atmosféricas. Para ello, se adoptan una serie de prácticas para la reducción de energía, como luces de presencia, luces LED, entre otras.

Además, la compañía realiza donaciones puntuales a organizaciones bené-



ficas, fomenta un entorno de coparticipación en proyectos, influye en proveedores, clientes y socios en la implementación de mejoras ambientales, minimizando los impactos de las actividades en el medio ambiente y fomentando la economía circular con una adecuada gestión y revalorización de los residuos.

La corporación también prioriza principios como el respeto, la honestidad y la transparencia. «Buscamos, en todo momento, las mejores prácticas y una gestión de excelencia. Contamos con un código de ética que refuerza lo que ya se practica para difundir el compromiso de la empresa y hacer siempre lo correcto, independientemente de la situación», comenta Márcio Benedicto, que concluye mencionando que Ambsolution valora una buena reputación corporativa, visualizando un diferencial en el mercado y en las relaciones con clientes y proveedores: «La importancia de este proceso se refleja directamente en nuestras acciones internas, en las que buscamos transparencia y retroalimentación de nuestros clientes, colaboradores y proveedores».



GRUPO VIRIATO

Mais de 40 anos no mercado, contando com ampla rede de clientes e mais de 200 funcionários



SPA B.WELL

Dirigido a empresas especializadas en el servicio de SPA en hoteles y resorts, con servicio a huéspedes y visitantes, el SPA B.Well, con sede en la ciudad de Curitiba, Estado de Paraná, Brasil, tiene las principales actividades relacionadas con el bienestar, como masajes, terapias, experiencias, experiencias, dentro del tema de salud preventiva.



Bernadette Maria Melz Sabbi - Directora.

La directora de la institución, Bernadette Maria Melz Sabbi, explica que hay varios pasos que B.Well sigue para implementar y desarrollar un programa de Calidad Total. Entre las partes se encuentra el establecimiento de una visión clara y un compromiso con la excelencia en la calidad, con la participación en la actividad de todos los colaboradores de la empresa.

También hay un análisis detallado de todos los procesos de negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de optimización, desarrollo de indicadores de rendimiento que pueden medir la efectividad de los procesos de negocio y monitorear continuamente el progreso, así como un plan de acción para implementar mejoras en todas las áreas deficientes.

También proporciona capacitación y desarrollo para todos los colaboradores de la empresa, asegura la participación activa de todos los colaboradores en programas de mejora continua y la realización de auditorías internas periódicas para garantizar que el programa de Calidad Total se implemente correctamente y cumpla con sus objetivos.

Bernadette Maria señala que la compañía tiene una visión clara y está com-



prometida con la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). «Reconocemos la importancia de estos objetivos para promover un mundo más justo, equitativo y sostenible, y estamos comprometidos a aportar para alcanzarlo», garantiza.

Para ello, las iniciativas pasan por la reducción del impacto ambiental, ya que existe la implementación de medidas para reducir el impacto ambiental, como la reducción del consumo energético, la correcta gestión de materiales reutilizables y sostenibles. Otro punto es la promoción de la salud y el

bienestar de los clientes, a través de terapias holísticas y de concientización.

También destaca la educación y la formación, con el objetivo del crecimiento personal de los colaboradores y la comunidad local, y las asociaciones y la colaboración, con el trabajo en cooperación con otras empresas, organizaciones e instituciones para compartir conocimientos y recursos, promover acciones conjuntas y crear sinergias para alcanzar objetivos comunes.

Con el fin de promover la conciencia ambiental y fomentar el uso sostenible de los recursos naturales, B.Well adopta



Jean Rodrigo Sabbi - Diretor Comercial

los criterios ESG en sus operaciones. Esta iniciativa no solo reduce el impacto ambiental de la empresa, sino que también busca influir positivamente en la mentalidad de las personas con respecto al uso consciente de estos recursos.

La directora enfatiza que el cliente es uno de los principales actores en el proceso de mejora continua, ya que es a partir de la retroalimentación y evaluación de sus experiencias que la empresa puede identificar puntos de mejora en sus productos y servicios. Para ello, la organización ofrece canales de comunicación, como encuestas de satisfacción, atención al cliente, entre otros.

«Para tener una buena reputación corporativa, B.Well ha implementado acciones alineadas con sus valores y principios éticos, buscando siempre actuar de manera transparente y responsable con sus grupos de interés. Además, es sumamente importante estar siempre en las redes sociales, respondiendo a los comentarios y críticas de forma rápida y eficiente», concluye.



Spa B.Well

REDEFININDO A
PALAVRA SPA



- MASSAGEM RELAXANTE
- SPA DAY
- ESFOLIAÇÃO E HIDRATAÇÃO
- MASSAGEM ENERGIZANTE
- TERAPIAS COM PEDRAS AQUECIDAS
- MASSAGEM COM PINDAS
- MASSAGEM COM BAMBÚS
- MASSAGEM TERAPÊUTICA
- ZEN SHIATSU
- QUICK MASSAGEM

B.WELL SOBRE NÓS

UMA EMPRESA FUNDADA PELA EMPREENDEDORA BERNADETTE MARIA MELZ SABBI, A B.WELL É REFERÊNCIA NA IMPLANTAÇÃO DE SPA'S E ESPAÇOS DE BEM-ESTAR DENTRO DE ESTRUTURAS HOTELEIRAS E ESTÁ PRESENTE HOJE EM DIFERENTES HOTÉIS E RESORTS DO BRASIL.

B.WELL UM NOVO CONCEITO

O SPA B.WELL NASCEU COM A PROPOSTA DE REDEFINIR A PALAVRA SPA, POR ISSO OFERECE AOS SEUS CLIENTES, MOMENTOS PLENOS DE DESCONEXÃO E TRANQUILIDADE, TERAPIAS MULTICULTURAIS SE INTEGRAM PARA PROPORCIONAR UMA EXPERIÊNCIA SENSORIAL INÉDITA.



Especialista
EM SPA'S PARA HOTÉIS



B.Well

Espaço de ser e estar bem

por Bernadette Maria

*Bourbon Curitiba
Convention Hotel*

**Bourbon Curitiba
Convention Hotel**

Av. R. Cândido Lopes, 102 - Centro, Curitiba - PR

Telefone:

41 99831-0034

TEIXEIRA DE GODOI SOCIEDADE INDIVIDUAL DE ADVOCACIA

Teixeira de Godoi es una firma de abogados de servicio completo, asesoría y consultoría para personas físicas y jurídicas en todo el país. Tiene un desempeño destacado en el área de negocios y mercado regulatorio, asesorando a empresas en la implementación y seguimiento de programas de cumplimiento normativo y estructuración de gobierno corporativo para S.A.



Otro frente de trabajo creciente se centra en el segmento de las Administraciones Públicas, con el asesoramiento y consulta de organismos públicos de la Administración directa e indirecta. El CEO, Dr. Carlos Eduardo Teixeira de Godoi, y el director, Dr. Otto Ferreira Teixeira de Godoi, comentan que siempre han soñado con construir una oficina capaz de ofrecer soluciones legales innovadoras.

«Con esta visión, comenzamos nuestro trabajo en la región vectorial del norte de Minas Gerais en 2021, uniendo lo mejor tanto en derecho como en tecnología para brindar comodidad y confort al cliente cuando se trata de resolver sus problemas de una manera menos formalista, y este formato ha demostrado ser exitoso durante la pandemia de covid-19», señala.

La firma también cuenta con un programa estructurado de integridad ESG que aborda, especialmente, la prevención y lucha contra la corrupción, las infracciones relacionadas y las violaciones de derechos humanos, teniendo como principales directrices la diversidad e inclusión de los grupos minoritarios y el medio ambiente.

«Nuestros principales retos son la sostenibilidad de todas nuestras operaciones con el objetivo de eliminar la producción de papel y la energía no limpia para 2028 y la igualdad de oportunidades en puestos de oficina para hombres,

mujeres, personas con discapacidad y LGBTQIA+ para el 2025», explica Godoi.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, la compañía cuenta con el Programa Pro-Bono de asesoría legal para personas y familias en vulnerabilidad socioeconómica de forma gratuita en la defensa de los derechos fundamentales de acceso a la salud y la educación y asociaciones civiles de derechos difusos y colectivos.

La preocupación por el medio ambiente saludable es un sello distintivo del despacho. «Por lo tanto, somos muy cuidadosos con el proyecto de papel cero, con el que buscamos reducir en un 99% dicho consumo en Teixeira de Godoi, y tenemos el objetivo de eliminar completamente la impresión para 2028 a través de la digitalización completa de nuestros procesos», afirma el CEO.

La firma también cuenta con un programa de integridad estructurado, alineado con su modelo de gobierno corporativo, con políticas específicas enfocadas en la ética y conducta de los colaboradores y socios comerciales, la integridad de sus operaciones y negocios contra delitos económicos, equidad de género y sexualidad, privacidad y protección de datos, entre otros.

En este contexto, los principales desafíos están en la relación con terceros, los

grupos de interés, con respecto a garantizar la alineación de los estándares de excelencia en el cumplimiento normativo, y también es difícil sensibilizar a los proveedores y socios comerciales para que adopten un nivel adecuado de gobernanza e integridad y condicionen a los negocios con este compromiso.

«Uno de los pilares del éxito de Teixeira de Godoi es la entrega de un excelente nivel de servicio a nuestros clientes, lo que marca la diferencia, especialmente teniendo en cuenta que la relación de confianza es el núcleo de la labor jurídica», concluye, destacando la importancia de una buena gestión, que genera reflexiones directas sobre la reputación corporativa.





LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 264

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG