



QUALITY MAGAZINE

NOTA CENTRAL

LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS RESPONSABLES

ESPECIALISTAS

ÉTICA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOSTENIBLE
Lic. Antonio Quirós Gómez

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ACCIÓN E IMPLICANCIAS ÉTICAS
Lic. Walter Monteiro

LA BÚSQUEDA PARA HACER DEL «MAYOR ESPECTÁCULO DE LA TIERRA»
Lic. Diego Carbonell

RETO DE LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LA EMPRESA RESPONSABLE
Lic. Lasca Ducas Yáñez



+16
PERFILES
EMPRESARIALES

ENTREVISTA ESPECIAL

DRA. FÁTIMA APARECIDA DA SILVA CARREIRA
CARREIRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

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**
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA - CEO & FOUNDER
- 08** | **LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS RESPONSABLES**
- 09** | **ÉTICA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOSTENIBLE**
Por: Lic. Antonio Quirós Gómez
- 12** | **INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ACCIÓN E IMPLICANCIAS ÉTICAS**
Por: Lic. Walter Miller
- 16** | **LA BÚSQUEDA PARA HACER DEL «MAYOR ESPECTÁCULO DE LA TIERRA»**
Por: Lic. Diego Carbonell
- 20** | **RETO DE LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LA EMPRESA RESPONSABLE**
Por: Lic. Lasca Ducas Yáñez
- 25** | **ENTREVISTA ESPECIAL:**
Dra. Fátima Carreira
Carreira Sociedade de Advogados
- 30** | **NOTA CENTRAL**
LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS RESPONSABLES
- 35** | **REPORTAJES:**

36	DR. MONITORA
40	IMPERWASH
43	SOMA EXPRESS SERVIÇO DE ENTREGA DE MALOTE LTDA
47	D’CAMPOS CONSULTORIA E CONTABILIDADE
51	MURTA CONSULTORIA
55	BERGAMO ARQUITETURA
59	GRABO ESTILO SRL
63	INTERNATIONAL MEDIA GROUP (IMG)
67	BASILIO ADVOGADOS
72	BOX BRASIL
76	POLIETILENO PUBLICITARIO S.A
80	RMPPM GROUP S.R.L
84	COZATTI ABOGADOS
88	SONOMANIA
91	MEXSHIPPING AGENCIA
95	BIO CELL TERAPIA CELULAR



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

LIC. PAULA PONTES
VICEPRESIDENTE EJECUTIVA
paula@laqi.org

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

LIC. THIAGO MONTANARI
EDITOR JEFE
thiago@laqi.org

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

LIC. LUCAS WILLIAM MACHADO
PERIODISTA
lucas@laqi.org

LIC. SEBASTIÁN CÁCERES
COMUNICACIÓN SOCIAL
sebastian@laqi.org

LIC. GIULIANA RIOJA
MANAGER - PROYETOS ESPECIALES
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 a la edición 270 de nuestra Quality Magazine!

Hemos llegado al final de otro año, un período marcado por desafíos, pero también por numerosos logros y cambios positivos. En esta última edición de 2023, destacamos el eje temático: “La búsqueda de la ética en los negocios responsables”. A la vez que este tema cierra este ciclo, ya se presenta como una directriz para 2024, siendo un punto fundamental en el mundo empresarial.

Para ello, presentamos datos que resaltan los avances en relación con la ética y señalan áreas que requieren mayor atención, como la Responsabilidad Social Corporativa, condiciones dignas de trabajo, fomento de la diversidad, entre otros. No podemos mencionar ética sin abordar las cuestiones de sostenibilidad y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, hemos preparado perfiles detallados de 16 miembros comprometidos con el Modelo de Responsabilidad Total.

Reciban, de parte del Staff del LAQI, deseos de una Feliz Navidad y un próspero año nuevo.

Me despido no sin antes expresar mi más profunda estima y gratitud a cada uno de ustedes.

¡Hasta pronto!

Un abrazo fraterno,

Daniel Maximilian Da Costa, DHC
Fundador y CEO
Latin American Quality Institute





Certificamos que

QUALITY MAGAZINE

es socio de la

SOCIEDAD

INTERAMERICANA DE PRENSA

SECRETARIO

PRESIDENTE

RES



**LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN
LAS EMPRESAS RESPONSABLES**

ÉTICA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOSTENIBLE



Por: Lic. Antonio Quirós Gómez

La ética empresarial y la Responsabilidad Sostenible deben ejercer un rol protagonista en las organizaciones. En muchos países, el cambio climático, la desigualdad, la migración y la violencia han dado lugar a políticas cada vez más conscientes y han fortalecido la capacidad de las entidades para continuar siendo resilientes.

La transformación global, la necesidad de implementar estrategias sostenibles y el involucramiento del sector organizacional, público y privado exigen mayor interés de los tomadores de decisiones en cuanto al enfoque financiero y no financiero o informes de sostenibilidad.

En este contexto, surgió el uso de los Criterios ESG (Environmental, Social and Governance) para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Esto motivó a grandes organismos internacionales: el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el Banco Mundial y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a impulsar la creación del International Sustainability Standards Board (ISSB) dentro del International Financial Reporting Standards (IFRS). Las organizaciones mencionadas forman ahora parte del Comité Consultivo de Sostenibilidad (Sustainability Consultative Committee) del ISSB.

En este tema, la información financiera debe ser un elemento relevante, por cuanto se requiere cuantificar el impacto en las organizaciones, así como la importancia relativa para los interesados en general, con el fin de promover conductas sostenibles en las empresas y en el mercado.

A partir de los recursos disponibles: humanos, sociales, comunitarios, materiales, financieros, ambientales y tecnológicos, se deben elaborar las estrategias para el cumplimiento de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).

El interés mundial por desarrollar estrategias sostenibles y fijar la

ruta que deben seguir las organizaciones se manifiesta en la presentación oficial de las normas sobre información financiera relacionadas con la sostenibilidad y con el cambio climático (NIIF S1 Y NIIF S2), publicadas mundialmente el 26 de junio de 2023, las cuales entrarán en vigor en enero de 2024.

La inclusión de las organizaciones en las estrategias sostenibles para el cumplimiento de los criterios ESG, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU, pone de relieve el imperativo de unirnos para rescatar el planeta: países, organizaciones, empresas y población en general, convencidos de que, además de aplicar las normas de sostenibilidad, debemos definir compromisos individuales en este ámbito.

Incorporar en las organizaciones las normas de sostenibilidad implica riesgos, pero también brinda oportunidades. Las marcas tienen el potencial para transformar el mundo. Entre los beneficios organizacionales se encuentran los siguientes:

- Mejor reputación y credibilidad
- Sostenibilidad del negocio
- Cumplimiento de leyes, reglamentos e iniciativas, nacionales e internacionales

- Ventajas competitivas
- Motivación de los trabajadores
- Atracción de inversión
- Mayor productividad
- Mayor capacidad para atraer talento
- Clientes más leales
- Reducción de costos
- Reconocimiento de la labor de la empresa por parte de los consumidores
- Respuesta a las exigencias de las partes interesadas

Las estrategias sostenibles van más allá de prácticas enfocadas en temas sociales. Involucran un compromiso integral y nos competen a todos. Las acciones deben realizarse hoy, porque la realidad del planeta lo demanda. La economía y las organizaciones deben sumarse a esta tendencia. En este sentido, los informes de sostenibilidad deben procurar equilibrio, claridad y transparencia al presentar la información, para así contribuir a la toma de decisiones acertadas.



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



INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ACCIÓN E IMPLICANCIAS ÉTICAS



Por: Lic. Walter Miller

El amanecer de la Inteligencia Artificial en el mundo corporativo

En la era actual, caracterizada por avances tecnológicos sin precedentes, la Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un tema central en el diálogo empresarial global. Su influencia abarca desde pequeñas startups hasta conglomerados multinacionales, transformando procesos y estrategias a un ritmo vertiginoso. Sin embargo, existe un notable malentendido sobre la IA: su supuesta complejidad y la percepción de que su implementación es una

odisea tecnológica sólo al alcance de unos pocos.

Este artículo busca desmitificar esta percepción, demostrando que la IA no solo es accesible, sino que puede ser un motor fundamental para impulsar la productividad en áreas críticas como las ventas, el servicio al cliente y el marketing.

La Inteligencia Artificial desglosada: Un concepto no tan complejo

Antes de sumergirnos en sus aplicaciones prácticas, es crucial entender qué es la IA en términos simples. En esencia, la Inteligencia Artificial se refiere a sistemas o máquinas que imitan la capacidad cognitiva humana para realizar tareas, aprender de experiencias y mejorar con el tiempo. Esta definición abarca desde algoritmos básicos que realizan tareas repetitivas hasta sistemas avanzados capaces de procesar y analizar grandes cantidades de datos, tomar decisiones y realizar predicciones con precisión sorprendente.

La IA en ventas: transformando el enfoque comercial

En el dominio de las ventas, la IA está redefiniendo cómo las empresas interactúan con sus clientes y optimizan sus procesos de venta. Un ejemplo palpable es el uso de chatbots inteligentes. Imaginemos una

empresa de bienes raíces inundada de consultas. Aquí, un bot de IA, programado para comunicarse de manera natural y eficiente a través de plataformas como WhatsApp, puede filtrar leads, responder preguntas frecuentes y agendar reuniones con clientes potenciales. Esto no solo mejora la experiencia del cliente sino que también libera tiempo valioso para que los agentes se concentren en interacciones más complejas y valiosas.

Revolucionando el Servicio al Cliente: La IA como aliada

El servicio al cliente se beneficia enormemente de la IA, especialmente en la personalización y rapidez de respuesta. Los sistemas de IA pueden analizar datos de comportamiento del cliente para ofrecer respuestas y soluciones personalizadas, mejorando la satisfacción del cliente y aumentando la lealtad a la marca. En un laboratorio de productos veterinarios, por ejemplo, la IA puede ayudar a los profesionales a acceder rápidamente a la dosificación correcta y a la información del tratamiento, asegurando un servicio rápido y preciso.

Marketing Impulsado por IA: un nuevo paradigma

En el marketing, la IA está jugando un papel revolucionario en la personalización y eficiencia de las campañas. Los sistemas de IA pueden analizar patrones de compra y preferencias de los consumidores, permitiendo a las empresas adaptar sus ofertas y mensajes de manera más efectiva. Un restaurante, por ejemplo,

podría utilizar la IA para analizar las preferencias de los comensales y sugerir menús personalizados, creando una experiencia única para cada cliente.

Capacitación mejorada con IA: simulaciones y role plays

La IA también tiene un papel significativo en la capacitación del personal. En el área de ventas, por ejemplo, se puede utilizar para crear simulaciones realistas y role plays, permitiendo a los vendedores practicar y mejorar sus habilidades en un entorno controlado y seguro. Este enfoque práctico y basado en escenarios proporciona una experiencia de aprendizaje más rica y efectiva.

IA en la personalización de experiencias de compra online

En el área de ventas en línea, la IA se utiliza para personalizar la experiencia de compra. Por ejemplo, una tienda de moda online puede emplear algoritmos de IA para recomendar prendas y accesorios basados en las preferencias y el historial de compra de cada cliente. Estos sistemas pueden analizar patrones de comportamiento, preferencias de estilo y tallas para sugerir productos que se alinean con los gustos individuales de los usuarios, mejorando la tasa de conversión y la satisfacción del cliente.

Navegando por el territorio ético de la IA

La implementación de la Inteligencia Artificial (IA) conlleva retos éticos significativos que las empresas deben

abordar seriamente. Es esencial considerar la transparencia y responsabilidad en el uso de la IA. Las organizaciones deben ser claras sobre cómo se utilizan los sistemas de IA, garantizando la privacidad y seguridad de los datos son fundamentales. Es vital asegurar una gestión segura de los datos de los usuarios y cumplir con las normativas de privacidad, protegiendo contra accesos no autorizados y recabando consentimiento adecuado.

Los sesgos y la discriminación representan otro desafío. Los sistemas de IA, a menudo basados en datos históricos, pueden perpetuar sesgos existentes. Es necesario ser proactivo en la identificación y mitigación de estos sesgos para garantizar soluciones justas y no discriminatorias.

Finalmente, el impacto de la IA en el empleo es un aspecto crítico. Si bien la automatización mejora la eficiencia, también puede alterar roles laborales. Las empresas deben buscar un equilibrio, potenciando la reubicación y reentrenamiento de empleados afectados por la automatización.

Conclusión

La Inteligencia Artificial no es una moda pasajera, sino una realidad ineludible del mundo empresarial moderno. Su capacidad para

mejorar la productividad y personalizar las experiencias de los clientes es indiscutible. Sin embargo, el verdadero desafío para las empresas no es solo implementar la IA, sino hacerlo de una manera que sea éticamente sólida y socialmente responsable. Al enfrentar este desafío, las empresas no solo se beneficiarán a sí mismas, sino que contribuirán a un futuro donde la tecnología y la humanidad coexisten en armonía y mutuo beneficio.

Descubre la IA con «Reimagina»

Te invitamos a experimentar nuestra IA a través de WhatsApp. Escanea el código QR adjunto y descubre cómo la Inteligencia Artificial puede revolucionar la interacción con el cliente. ¡Explora el potencial innovador de la IA con «Reimagina»!





**LA BÚSQUEDA PARA HACER DEL «MAYOR ESPECTÁCULO DE LA TIERRA»
(Y DE SU EMPRESA) UN NEGOCIO CADA VEZ MÁS ÉTICO Y RESPONSABLE****Por: Lic. Diego Carbonell**

Probablemente, al leer este título, te habrás preguntado al menos dos cosas: «¿es el carnaval un negocio, y no simplemente una fiesta popular?» y «¿a qué te refieres con el carnaval como “negocio ético y responsable”?». Y voy a dejar, asimismo, dos compromisos: el primero es que, al final de este artículo, cambiarás tu punto de vista, no solo sobre el carnaval —especialmente el de Río de Janeiro— sino sobre cómo es posible ser ético y responsable en todo tipo de negocios. El segundo es que no escatimaré esfuerzos para responder a estas y otras preguntas que puedan surgir, y espero tener éxito en ese objetivo.

Para responder a la primera pregunta, lo más importante es aportar datos. RioTur (Empresa de Turismo del Municipio de Río de Janeiro) estima que el Carnaval de Río de Janeiro 2023 movió 4,5 mil millones en la ciudad, lo que representa más del 50% de los ingresos del carnaval en todo Brasil (estimado en 8,18 mil millones), según la CNC (Confederación Nacional de Comercio de Bienes, Servicios y Turismo). Aquí, creo, ya hemos respondido a la primera pregunta. El Carnaval de Río no es solo un negocio, sino que es un negocio altamente lucrativo, moviendo cadenas hoteleras, bares, restaurantes y otros tipos de empresas por toda la ciudad.

Pero ¿es el carnaval un negocio responsable? Y aquí, tenemos que profundizar en el concepto de negocio responsable. El Instituto Ethos, en su documento «Indicadores de Ethos para Negocios Sostenibles y Responsables» define un negocio sostenible y responsable como «aquel que se orienta hacia la generación de valor económico-financiero, ético, social y ambiental, cuyos resultados son compartidos con el público afectado». A partir de esta definición, traigo algunos datos más sobre los desfiles de las escuelas de samba, especialmente sobre las escuelas afiliadas a la Superliga Carnavalesca do Brasil, institución que organiza el popularmente conocido «carnaval del pueblo», que se realiza en Estrada Intendente Magalhães, en Campinho, un suburbio de Río de Janeiro.

Son 265 toneladas. Esta es la cantidad que la misma entidad responsable, en una encuesta realizada en los últimos meses, estimó que las 81 escuelas afiliadas han reciclado (solo disfraces) de las escuelas de samba del grupo Especial y de la Serie Oro (que desfilan en la Marquês de Sapucaí) para poder montar sus carnavales y realizar sus desfiles. El público estimado en los desfiles que realiza la Superliga es de 400 mil personas, que, a diferencia de los que se realizan en Sapucaí, tiene acceso totalmente gratuito para la población.

Entonces, si hay generación de valor económico y financiero como ya lo hemos demostrado, participación social masiva a través del libre acceso a los desfiles, que son verdaderas demostraciones de cultura y fuerza de las comunidades, además de una predisposición natural de estas escuelas a generar impactos ambientales positivos, ¿qué falta para que consideremos, por ejemplo, los desfiles de la serie Plata, Bronce y Grupo de Evaluación (organizados por la Superliga de Carnaval) un negocio responsable?

Volviendo a la definición —y respondiendo más a esta pregunta— llegamos a lo que realmente me trajo aquí: la posibilidad de hacer que este espectáculo sea cada vez más ético, y compartir con el público los resultados logrados a través de estas escuelas y desfiles. Es importante decir que se trata de temas que ya están evolucionando, y que el camino, aunque arduo, es posible para cualquier tipo de organización. Cómo

esta evolución es posible y ha tenido lugar es lo que ahora demostraré.

El primer paso fue la creación de una Dirección de Sostenibilidad y ESG en la Superliga de Carnaval. Un movimiento alineado con el mercado, audaz y pionero en lo que respecta al carnaval, pero que dio señales claras, tanto a las escuelas afiliadas, como a los socios, inversores y otras partes involucradas, de que la institución tiene la intención de incorporar temas ambientales, sociales y de gobernanza en su estrategia y procesos, conduciendo su negocio de una manera cada vez más ética y sostenible. Después de todo, es bien sabido que la única manera de crecer y prosperar de manera sostenible y continua es ser verdaderamente ético en tus acciones.

Otro paso que se dio fue demostrar a todas las partes interesadas el alcance y la importancia de la institución. Para ello, se realizó un estudio de territorialidad e impacto que, entre otras informaciones, arrojó que las 81 escuelas afiliadas están en 9 municipios y 58 barrios, llegando a más de 6 millones de ciudadanos de Río de Janeiro, lo que corresponde a más del 35% de la población de todo el Estado de Río de Janeiro. Esa información es un claro movimiento en búsqueda de la valoración y reconocimiento de estas escuelas como motores sociales y culturales en sus comunidades, considerando los proyectos y capacitaciones que brindan.



Reproducción: Instagram Superliga Carnavalesca.

¿Es lo suficiente para poder decir que el carnaval de la Superliga Carnavalesca es un negocio totalmente responsable y que tiene en cuenta todas las cuestiones éticas?

Por supuesto que no.

Pero un negocio sostenible y responsable no se hace de la noche a la mañana. Se necesita paciencia y comprensión de que es necesario crear una cultura con respecto a estos temas con todos los involucrados en el proceso, tanto interna como externamente. Son estas personas quienes, entendiendo la importancia de este movimiento, serán los actores clave para impulsar la ética y la responsabilidad, no solo en el carnaval de la Superliga, sino en cualquier negocio que desee avanzar hacia la integración de los conceptos de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa, permitiendo la búsqueda

de la perpetuidad y la competitividad en el mercado.

Son estas personas, también, quienes, en ese proceso, necesitan internalizar los principios de la ética, como la confianza, la honestidad, la integridad, la lealtad y el respeto. Solo así se podrá asegurar que los procesos de negocio se están llevando a cabo de manera responsable y sostenible, porque de nada sirve pensar en toda la estrategia si no hay personas alineadas con lo que se está proponiendo, poniendo en práctica lo estructurado.

La búsqueda de la ética y de convertirse en una empresa responsable solo comenzó para la Superliga de Carnaval, para el Carnaval de Río, y también en muchas empresas de los más diversos nichos de actividad, y tiende a aumentar cada vez más, en gran parte debido al cambio en el perfil de la población, que ha considerado —e incluso ha convertido en un factor de decisión— cada vez más todos esos temas a la hora de elegir productos o servicios.

Y lo que sí se puede decir para todas estas organizaciones es que el camino no es fácil, pero sin duda es el único que hay que seguir. No hay otra alternativa que rodearse de personas que estén verdaderamente alineadas con los valores y principios de tu empresa y que, de esa manera, puedan contribuir a que tu negocio siga logrando su principal objetivo, que es la rentabilidad, sin embargo, sin dejar paulatinamente de hacer que tus procesos —y por ende tu empresa— sean más éticos, responsables y sostenibles, garantizando una nota de 10 en todos los aspectos.



PULVIPAR

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.**



Jacto

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

RETO DE LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LA EMPRESA RESPONSABLE



Por: Lic. Lasca Ducas Yáñez

El ser humano —el hombre— es de memoria frágil, de fácil olvidar y es por esto que se hace necesario la reeducación, la constante formación y capacitación de nuestros líderes gerenciales para poder permear hacia los empleados de base, toda esta cantidad de conocimientos, que desde casa, desde el hogar, desde la escuela, nos han ido suministrando. Pero con el pasar de los años, y con este tránsito tan veloz de tanta información, unas correctas y otras no tan correctas, olvidamos los valores esenciales de la conducta de los hombres y las mujeres que conformamos la población de este planeta y, por consiguiente, la comunidad que labora en las empresas. Porque si

bien las empresas las sostienen las máquinas y la tecnología, el valor humano jamás podrá ser descartado, ya que es imprescindible para poder darle significado de humanidad a este desarrollo tan necesario, para el avance y el progreso, como lo es el actuar y protagonismo del sector empresarial y sus actividades.

El tema de la ética de las organizaciones ha incrementado su vigencia, paralelamente, con el afianzamiento de la empresa en la sociedad contemporánea. Las empresas han alcanzado un posicionamiento clave, porque son las generadoras de las riquezas, además de ser el lugar que concentra un tiempo considerable de la gente y también el espacio esencial del aprendizaje de las personas, por lo que no existen acontecimientos en la sociedad que no tengan una directa y explícita relación con el mundo de las organizaciones. Si formas y educas al empleado, estás direccionando este aprendizaje a su hogar, a la familia y, por consiguiente, a la comunidad.

A todo esto se agrega lo imposible que resulta no asociar la actividad humana con las connotaciones éticas; y en la actualidad ha renovado su vigencia dicho tema, toda vez que la complejidad del entorno así lo determinan.

Al respecto se puede indicar que si antes era importante tomar en cuenta este factor en el desenvolvimiento

de las empresas, ahora es de suma urgencia. Aunque se ha visto que la ética es un asunto de principios, ahora es igualmente de naturaleza estratégica, dado que pudiera estar influenciando en los resultados, provenientes del desempeño de cada uno de los integrantes de la organización, lo cual se traduce en el cumplimiento o no de los objetivos y metas de esta.

Actualmente se sigue sugiriendo una reorientación de los esfuerzos internos a fin de proporcionar al empleado una mayor participación a cursos de capacitación, talleres o charlas donde se compartan conocimientos entre los integrantes de la organización, todo esto planificado y organizado de acuerdo con las necesidades individuales y grupales. Asimismo, el desempeño de cada uno de los empleados de una empresa dependerá de la aplicación de verdaderos principios, valores y explota al máximo las propias capacidades, habilidades y conocimientos, de modo que el conjunto de personas y entes a su alrededor pueda beneficiarse de ellas.

Palabras clave: Ética Empresarial, Desempeño Laboral, Organizaciones de Alta Tecnología.

De la ética Empresarial, refrescamos que:

Una empresa socialmente responsable es una organización consciente del impacto social, económico y ambiental que

hay en su entorno, que impulsa su productividad con base en estándares de calidad ética y moral.

Los cuatro valores son: responsabilidad, respeto, equidad y honestidad.

Equidad, igualdad en el compromiso, las obligaciones, el desempeño, las oportunidades.

«Todo lo verdaderamente grande, pertenece a la humanidad entera»
— Emil Luding.

Asimismo, cito a Epicteto, filósofo y estoico:

«Engrandecerás a tu pueblo. No elevando los tejados de sus viviendas sino las almas de sus habitantes». Reconocemos cada vez más, que las sucesivas y notables coyunturas económicas, políticas, que se han vivido, la desconfianzas frente a las instituciones en notable disminución de nuestra calidad de vida tienen como telón de fondo algo aún más profundo que la pérdida de referencias morales de orientación, algo que no ayuda al ciudadano a distinguir, entre lo bueno y lo malo, lo noble, lo indigno luego lo egoísta, lo altruista, lo justo y lo injusto. Esto quiere decir que hemos padecido de un debilitamiento y perversión del sistema de valores que permiten distinguir entre lo que es digno de aprecio y lo bueno, por la convivencia entre los seres humanos, y aquellos que no lo son, como la naturaleza y el medio ambiente.

Debemos rescatar, por ejemplo, la pérdida de aquellos valores como: la honestidad la solidaridad que han afectado grandemente la calidad de la actividad tanto en la comunidad como en la política y en lo social la dificultad para la práctica de principio como la tolerancia han hecho cada vez más difícil la convivencia entre las personas que optan las diferentes posiciones ideológicas el debilitamiento de ideas como la laboriosidad y la perseverancia, han contribuido de modo decisivo en el incremento de la pobreza y hacernos cada vez menos competitivos económicamente, como individuos y como países algo que no deja de afectar al capital humano de las empresas distorsionando la dirección de lo que es la verdadera ética y lo que persigue.

Los criterios del modelo Q ESG

Remontarnos y recordar, desempolvar y desempolvar esa mezcla de la sabiduría de las grandes culturas de la humanidad, expuestas a través de relatos breves parábolas anécdotas significados de conceptos derivados de la sabiduría de grandes actores de la humanidad, con explicaciones precisas sobre el significado de cada valor, las distintas maneras de ponerlos en práctica y los obstáculos que generalmente impiden hacerlo, podría ser una manera que nos permita ayudar a

entender y a proponer cambios y aportes realistas pensados desde la responsabilidad individual para afrontar grandes males que afectan a la sociedad y al sistema, proyectándose esto a lo referente al ambiente y a la convivencia en general, interviniendo la empresa como uno de los actores principales del desarrollo general de la humanidad de la sociedad mundial.

Estos cuatro valores, son: responsabilidad, respeto, equidad y honestidad. Decir que uno es más importante que el otro se hace imposible porque se le interrelacionan para generar así la conducta Éticamente necesaria en las Empresas Responsables.

El propósito del presente artículo es determinar la relación entre la ética empresarial y el desempeño laboral, a través de lo cual se busca una manera de ofrecer oportunidades de crear, compartir y consultar información para reforzar los valores, creencias y principios; y al mismo tiempo facilitar a toda organización, alcanzar la ética empresarial deseada, está orientado a brindar solución a problemáticas que pudieran presentarse en organizaciones en relación a la ética de los empleados y su incidencia en el desempeño de sus labores en el trabajo de dedicar el tiempo necesario para la reeducación en valores.

Los valores son puntos de referencia que dan sentido a las acciones e impulsan el deseo de actuar de una determinada manera. La orientación, el significado y la valoración del mundo permiten la construcción de una identidad, de la construcción de ese marco de referencia desde el cual se valora cada una de las acciones y depende, en gran medida, de la realización de una vida en armonía con uno mismo y con los demás. Una vida que valga la pena ser vivida y en la que la persona pueda desarrollarse no deja de ser similar en el mundo y el sector empresarial, porque los actores que se manejan en este escenario definitivamente son seres humanos con valores.

En un modelo de ética para empresas altamente responsables, es necesario contar con un personal que tenga conocimiento de toda la clasificación extendida de valores, que tenga conocimiento de que existen valores biológicos, valores sensibles, valores económicos, valores estéticos, valores intelectuales, valores religiosos y valores morales, y es allí donde los valores morales, pasan a ser una cuestión de humanidad que, sin dudas, son uno de los más importantes, ya que dan sentido y significado. Para el crédito de los demás, de poco sirve tener

buena salud, ser muy creyente, muy inteligente, vivir rodeado de comunidades, objetos bellos, si no sé quién es justo, bueno, tolerante y honesto. La falta de valores en los seres humanos es un asunto lamentable, y por ello, precisamente, los hombres y las mujeres nos hacemos menos humanos.

Cuando hablamos de ética de empresas responsables es inevitable mencionar la relatividad de los valores, y este es un mundo universalidad y relatividad, amplio complejo y en permanente transformación.

Cada época aparecen nuevos principios o los viejos cambia nombre todos tienen derecho de escoger sus valores y darles el orden y la importancia que consideren correcto la decisión dependerá de hacer y de pensar, sin embargo hay algunos frente a los cuales la aplicación relativa es inaceptable valores que no cambia que se conservan siempre y en todas partes valores universales que exigirán a cualquier persona en su modo de actuar y conducirse y de esto trata la importancia de la ética en la empresa porque ella será la plataforma de sostén de los valores esenciales de ese gerente líder empresarial en su rol en su rol de conducción en el sector empresarial en nuestra sociedad.

«Nuestro planeta es muy frágil hay que tratarlo con cariño» — Carl Sagan.

«Nada en el mundo es una insignificante» — Friedrich Von Schiller.

Indicar que el desempeño de cada uno de los empleados de una empresa dependerá de la aplicación de verdaderos principios, valores y en explotar al máximo las propias capacidades, habilidades y conocimientos, de modo que el conjunto de personas y entes a su alrededor pueda beneficiarse de ellas, lo que logrará que los integrantes de las empresas obtengan unos excelentes resultados en su desempeño laboral como hasta ahora lo son, movidos en conjunto por un interés común, el mismo que persigue la organización.

Hago el cierre el día de hoy escribiendo que las virtudes morales se desarrollan con el hábito no las poseemos por naturaleza ni a despecho de la naturaleza las desarrollamos por medio del hábito adquirimos estas virtudes ejercitándolas. Al igual que ocurre con otras artes: aprendimos a hacer las cosas al hacerlas. Los hombres aprenden el arte de construir, por ejemplo, construyendo,

y a tocar el arpa, tocando el arpa. Así mismo, a realizar actos de justicia, aprendemos a ser justos al practicar autodisciplina aprendemos a ser autodisciplinados. Es por ello que la ética en la empresa es algo que debe practicarse, practicarse y practicarse; enseñarse y enseñarse, sin el temor de que el tiempo invertido será inútil porque es inevitable obtener resultados de lo que tanto se practica y se promulga.

Referencias Bibliográficas

1. Aragón, Antonio (2004). Fundamentos de dirección y gestión de recursos humanos. Thomson Learning Ibero. España.
2. Cortina, Adela (1998). Ética de la Empresa. Tercera Edición. Editorial Trotta, S.A. Madrid, España.
3. Etkin, Jorge R. (1993). «La Doble Moral de las Organizaciones». Editorial Mc Graw Hill Interamericana de España, S.A.
4. Guédez, Víctor (2001). La Ética Gerencial. Editorial Planeta. Caracas, Venezuela.
5. Diario El Nacional.

ENTREVISTA

ESPECIAL



**CARREIRA SOCIEDADE
DE ADVOGADOS**

CARREIRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS



Dra. Fátima Carreira
Carreira Sociedade de Advogados

Ubicada en el estado de São Paulo, la firma se guía por la prestación de servicios legales con excelencia, ética y compromiso.

Brindar servicios legales con excelencia, ética y compromiso, con el fin de garantizar a los clientes el mejor servicio y resultados. Esa es la misión que persigue Carreira Sociedade de Advogados, un bufete de abogados ubicado en las ciudades de São José dos Campos, Guararema y São Paulo, en el estado de São Paulo, Brasil.

Con más de dos décadas de experiencia en el mercado, Carreira cuenta con profesionales con amplia experiencia

en el área legal. Su historia comenzó en 1996, cuando la abogada socia, la Dra. Fátima Aparecida da Silva Carreira, inició sus actividades en Derecho del Trabajo, expandiéndose posteriormente a otras áreas del Derecho.

Con el fin de brindar asesoría con excelencia, la filosofía de trabajo de la firma es la aplicación del Derecho con competencia y ética, buscando la satisfacción y el bien común de sus clientes, socios, empleados y la comunidad. «La personalización del servicio es nuestro diferencial», comenta.

La Dra. Fátima Carreira enfatiza que todos los clientes son importantes para el desarrollo del trabajo, siendo tratados con respeto, ética y compromiso. «Nuestro compromiso es buscar la solución adecuada para que se eviten los litigios», subraya.

Para ello, los valores guían el trabajo, como el compromiso, ya que la filosofía de la firma es asegurar una prestación jurisdiccional eficaz y con excelencia, proporcionando los mejores resultados y la plena satisfacción del público. Además, destaca la ética y la agilidad en el resultado.

A su vez, los desafíos tuvieron que convertirse en oportunidades, como los retos del inicio de las actividades, que eran la falta de clientes. «Abrimos nuestra empresa en una ciudad en la que no conocíamos a nadie. Sin embargo, debido a la calidad del trabajo



y la forma de servicio, los clientes seguían llegando», recuerda.

Hoy en día, Carreira Sociedade de Advogados cuenta con una amplia cartera de clientes compuesta por personas naturales y jurídicas, lo que exige cada vez más calidad. «Siempre nos preocupamos por la calidad de nuestro trabajo e invertimos en tecnología», afirma la abogada.

Además, el equipo utiliza sistemas con Inteligencia Artificial para la mejor organización de los procesos internos e invierte en capital humano, a través de la cualificación personal y profesional de todos los empleados. En este sentido, se anima a los empleados a invertir en su cualificación personal y profesional.

Ética y sostenibilidad

Al comentar sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la Dra. Fátima Carreira afirma que reconoce la importancia de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad en su conjunto. «Esto implica integrar los principios de los ODS en nuestra estrategia de negocio, en el día a día y en la toma de decisiones», explica.

También en este contexto, la Firma tiene un compromiso estratégico a largo plazo para contribuir al desarrollo sostenible global, con el objetivo de dejar un legado para las generaciones futuras. Así, teniendo en cuenta el desempeño en el área legal, se implementa el Objetivo 16, que trata sobre la paz, la justicia y las instituciones efectivas.



«La igualdad de género también se promueve en nuestro trabajo, de acuerdo con el Objetivo 5. El trabajo decente y la reducción de las desigualdades también se desarrollan en nuestro trabajo, tanto en el ámbito laboral como en el de la seguridad social», añade la socia.

Respecto a las prácticas ESG —acrónimo de Ambiental, Social y de Gobernanza, según sus siglas en inglés— que hacen que una empresa sea socialmente consciente, sostenible y bien gestionada, Carreira Sociedade de Advogados refuerza el uso de la tecnología para preservar el medio ambiente y evitar el uso de recursos naturales.

Internamente, hay motivación y asistencia, incluso financiera, a los empleados en su formación personal y profesional. Externamente, el despacho ayuda al Grupo de Apoio à Pessoa com Câncer (GAPC), hace donaciones a festivales culturales regionales, brinda apoyo a ANCEC y actúa en acciones legales pro-bono en algunos casos.

Para propagar esta visión sostenible, la firma utiliza sus canales de comunicación interna, transmitiendo esta cultura a sus empleados. En cuanto al público externo, utiliza los medios digitales para dicha comunicación e implementación.

«Toda la parte operacional del despacho es digital, incluida la

atención al cliente. Es opcional para el cliente, quien puede optar por ser atendido de forma presencial u online», explica la abogada, que destaca que la actividad principal del despacho y las funciones administrativas se llevan a cabo mediante un software adecuado.

También llama la atención sobre la cercanía con el cliente, que es posible a través de las redes sociales, la participación efectiva en las primeras consultas, el seguimiento cercano desde el principio hasta el final del proceso y la escucha, siempre que sea posible, de los comentarios del público.

Con una proyección hacia el futuro, la firma invierte con frecuencia en educación ambiental y sensibilización del equipo. Con ello, su objetivo es reducir al máximo el consumo de papel e impresos

en general. Además, busca implementar una política coherente de gestión de residuos.

La Dra. Fátima Carreira asevera que, para una buena reputación corporativa, es necesaria la confianza y credibilidad con clientes, proveedores, inversionistas y socios, lo cual ha sido un diferencial en el despacho, ya que comprenden la particularidad de cada caso y brindan, así, mayor satisfacción al público.

«Para trabajar mejor la reputación corporativa, la compañía invierte en el desarrollo continuo del equipo con formación y cualificación académica, una comunicación externa e interna eficaz y una adecuada delegación de las rutinas operativas de la empresa», concluye.



CARREIRA
Sociedade de Advogados



NOTA CENTRAL

NOTA CENTRAL

LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS RESPONSABLES



Por: LAQI

El eje temático de esta última edición de la Quality Magazine llama la atención del mundo empresarial sobre puntos básicos y vitales para el buen funcionamiento de una organización: la Ética y la Responsabilidad, acciones que deben ir de la mano y ser conocidas y practicadas por todos los que forman parte de una corporación.

Inicialmente, se puede clasificar la Responsabilidad Social Corporativa como la decisión de la empresa, de forma voluntaria, de contribuir a una sociedad más justa y a un medio ambiente más limpio. En otras palabras, dicha gestión no solo responde a los intereses de los propietarios, sino también de otros titulares.

En medio de esto, la ética se traduce en prácticas. En el ámbito empresarial, una de las observaciones se centra en las cuestiones laborales, que involucran una serie de elementos en vista de las aspiraciones de hombres y mujeres en

el ámbito profesional, como pago justo, seguridad en el trabajo, entre otros.

El desequilibrio de género en el acceso al empleo y las condiciones de trabajo también son desafíos. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), esta discrepancia es mucho mayor de lo que se pensaba. Además, en las últimas dos décadas, el progreso hacia la reducción de esta brecha ha sido lento.

Los datos de 2023 muestran que al 15% de las mujeres en edad productiva en todo el mundo les gustaría trabajar pero no tienen un trabajo, en comparación con el 10,5% de los hombres. Esta situación es más grave en los países en desarrollo, donde la proporción de mujeres que no pueden encontrar un empleo llega al 24%.

A su vez, respecto a los hombres, esta tasa es del 16,6%, un nivel que, aunque preocupantemente alto, es inferior al de las mujeres. Las causas de esta realidad son las responsabilidades personales y familiares, que también deben ser consideradas por los líderes empresariales.

Estas actividades se convierten en un obstáculo no solo para una contratación, sino también para buscar activamente

puestos o para estar disponible para actividades de última hora. En vista de ello, la búsqueda de negocios responsables debe considerar criterios.

La OIT señala que es necesario cumplir ciertos criterios para que una persona sea considerada desempleada, ya que, si no se hace un análisis exhaustivo, muchas mujeres que necesitan un empleo terminan no incluidas dentro de las estadísticas de desempleo.

La vulnerabilidad, junto a bajas tasas de empleo, también afecta los ingresos de las mujeres. Según el organismo internacional, a nivel mundial, por cada dólar de ingreso laboral que ganan los hombres, las mujeres ganan solo 51 centavos.

Ética y sostenibilidad

Las esferas social, económica y ambiental del desarrollo sostenible son inseparables, ya que las empresas sostenibles tienen la visión de alinear el crecimiento empresarial y la creación de empleos productivos y trabajo decente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Uno de los caminos es crear las condiciones adecuadas para que las empresas sostenibles prosperen y creen puestos de trabajo, incentivos a los empresarios

a alcanzar sus ambiciones organizativas y promoción de ambientes de trabajo responsables que combinen una mayor productividad y menos emisiones. Estas directrices pueden ser aplicadas por corporaciones de todos los tamaños, desde microempresas hasta multinacionales, y de todo tipo, incluidas cooperativas y empresas sociales. Para ello, busca crear entornos propicios para el empleo y las empresas sostenibles.

Esta acción amplía la visión de que las empresas pueden desempeñar un papel importante en la protección del medio ambiente y la creación de una transición justa, basada en la equidad y la participación de todas las partes interesadas. La buena noticia es que cada vez hay más empresas toman consciencia de ello.

Según una encuesta de la Unión Europea que abarcó los países candidatos a la adhesión a la UE, nueve de cada 10 empresas informaron que estaban tomando medidas para apoyar una transición verde. En los países de ingresos bajos y medianos altos fuera de Europa, la mayoría de las empresas del sector formal también están tomando medidas. Las grandes empresas son más

propensas a adoptar medidas eficientes en el uso de los recursos y ofrecen servicios ecológicos, ya que tienen un acceso más fácil a la tecnología verde y un mayor número de obligaciones legales. Muchas micro, pequeñas y medianas empresas también implementan medidas para ahorrar energía.

El estudio también muestra que esta conciencia alcanza a los equipos. Cada vez más, la ecologización de los lugares de trabajo ha sido un factor importante para los colaboradores, ya que incluyen temas como transporte sostenible, consumo sostenible de recursos y gestión de residuos. Por otro lado, no se puede omitir el hecho de que las empresas también enfrentan obstáculos para convertirse en ecológicas y responsables, ya que los desafíos abarcan incertidumbres sobre las políticas climáticas, disponibilidad limitada de tecnología verde y preguntas sobre el retorno de la inversión.

Definitivamente, corresponde a los líderes apoyar y adoptar buenas prácticas medioambientales para lograr una transición justa. Esto incluye apoyar un entorno empresarial favorable, mejorar las políticas y los marcos regulatorios, presentar estrategias

claras y ayudar a los gerentes y colaboradores.

Este apoyo debe abordar cuestiones relativas a las competencias y los salarios, la lucha contra la segregación de género y también hacer hincapié en el desarrollo de las competencias, de modo que las mujeres puedan beneficiarse de la creación de empleos verdes y decentes.

Ética e implementación de los ODS

Los 10 principios universales son un camino seguro relacionado con la ética, ya que presentan metas que buscan la sostenibilidad en su conjunto. Empezando por los Derechos Humanos, las empresas deben apoyar y respetar la protección de estos derechos reconocidos internacionalmente.

Del mismo modo, deben apoyar la libertad de filiación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, eliminar efectivamente el trabajo infantil y eliminar la discriminación en el empleo.

Con respecto al medio ambiente, las organizaciones deben apoyar un enfoque preventivo de los

problemas ambientales, desarrollar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente. Y, por último, luchar contra la corrupción.

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

Con un conjunto de acciones que integran el concepto de Responsabilidad Total, el modelo se desarrolló 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, ubicando 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 escrito, que está certificado por un validador oficial; reconocimiento a la Excelencia,

con un informe y documento que relata 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 permite compararse con otras organizaciones.

Referencias

https://www.ilo.org/lisbon/temas/WCMS_650867/lang--pt/index.htm

<https://news.un.org/pt/story/2023/03/1810927>

<https://www.ilo.org/americas/temas/empresas-sostenibles/lang-es/index.htm>

https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_861411/lang--pt/index.htm

<https://www.pactoglobal.org.br/ods>

**Esta nota cuenta, asimismo, con datos de artículos del archivo propio de LAQI.





REPORTAJES

REPORTAJES

DR. MONITORA

Enfocada en la seguridad patrimonial, Dr. Monitora es una empresa cuya principal actividad es el servicio de rastreo y recuperación de vehículos. Ubicada en Barueri, en el estado de São Paulo, Brasil, su público principal está en el sector B2C, pero el servicio se extiende a una parte del mercado B2B.

La CEO Patrícia Jardim señala que la organización aún es «joven» y está en proceso de desarrollar el Programa de Calidad Total. Ella destaca que el reto es grande, pero ya cuentan con todos los procesos estandarizados, capacitación continua para el equipo, seguimiento de la satisfacción del cliente y búsqueda constante de mejoras.

En ese contexto, el equipo de colaboradores está en evidencia, dado que la participación de los trabajadores es considerada fundamental por la empresa. Con este fin, se les anima a proporcionar comentarios, sugerir mejoras y participar en capacitaciones para mejorar sus habilidades técnicas y de servicio al cliente.

La agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) forma parte de las decisiones de Dr. Monitora. «Nuestra compañía tiene una visión alineada con los ODS. Destacan los objetivos relacionados con la promoción de la igualdad de género, la educación de calidad y el trabajo decente, así como el crecimiento económico», afirma.



En vista de ello, también existen implementaciones relacionadas con los pilares ESG —acrónimo para Ambiental, Social y de Gobernanza, según sus siglas en inglés— de manera integrada. En el aspecto social, se da apoyo a las comunidades locales, con la promoción de la diversidad y la inclusión. Respecto a la gobernanza, las acciones se centran en políticas éticas y de transparencia claras.

Otro punto son las iniciativas en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, a través de alianzas con instituciones sociales, donaciones a causas sociales, participación en proyectos comunitarios y fomento del voluntariado entre los colaboradores. Recolectamos juguetes, ropa, chocolates, comida, entre otras cosas.

Patrícia comenta que la seguridad de los datos está garantizada a través de

una estricta política de cumplimiento. Para ello, se realizan capacitaciones periódicas para concientizar al equipo de la importancia de estos temas. La organización también cuenta con sistemas y controles internos para garantizar el cumplimiento.

«Contamos con auditores internos que auditan las conexiones y los procesos a diario para mejorarlos. Brindamos la retroalimentación siempre que es necesario y premiamos las mejores acciones», añade la CEO. Estas y otras acciones van acompañadas de calidad y excelencia y del uso de recursos tecnológicos.

«La tecnología está presente en nuestro día a día de muchas maneras. Utilizamos capacidades avanzadas de seguimiento de vehículos, inteligencia artificial para el análisis de datos y la toma de decisiones, así como sistemas





de ciberseguridad para proteger la información de nuestros clientes», afirma.

Para contribuir a la satisfacción de los colaboradores y proveedores, Dr. Monitora busca escuchar opiniones y sugerencias regularmente. También se aplican encuestas sobre el clima organizacional y se brinda capacitación, con oportunidades de desarrollo, campañas internas y alianzas a largo plazo.

La reputación corporativa tiene gran protagonismo, ya que impacta en la confianza de clientes, colaboradores y grupos de interés. «Operamos en la gestión de la reputación con una comunicación transparente, un servicio de calidad, ética empresarial y cumplimiento de compromisos. Valoramos la transparencia en todas nuestras acciones», concluye.

dr.monitora®
Monitorando e cuidando de você



Rastreamento e Recuperação veicular < < < < **+ assistência emergencial 24h**



(11) 4197-4400
www.drmonitora.com.br

IMPERWASH



Imperwash es una empresa especializada en brindar servicios de impermeabilización, limpieza, mantenimiento y revitalización de todas y cada una de las estructuras de telas variadas, cuero, entre otros. Además, es el fabricante de ImperTector, un agente impermeabilizante para telas. La empresa está ubicada en la ciudad de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

De acuerdo con el CEO, Alanderson José Machado Almeida, y el gerente de Recursos Humanos, Edson França do Nascimento, el trabajo también se realiza con aplicación in situ en estructuras como sofás, sillas, asientos de automóviles, tanto para el consumidor final como para comerciantes y proveedores de

servicios del rubro. La organización también se enfoca en cursos especializados y consultorías en el área.

Los servicios de limpieza e higienización se realizan en el domicilio del cliente y cuentan con máquinas de extracción y productos que limpian e higienizan las telas, eliminando, además de la suciedad, hongos, bacterias y ácaros, causantes de alergias. La impermeabilización, a su vez, consiste en tratar las fibras de las telas.

La calidad es un factor principal en todas las actividades, ya que el grupo cumple con todas y cada una de las acciones responsables dentro del sector. Así, la Calidad Total es la secuencia de acciones responsables

que se aplican diariamente al personal colaborador y a los clientes de manera general.

Así, el equipo se esfuerza por la mejora continua: «Tenemos dos iniciativas, el Programa de Mejora Continua, el PMC, y el Programa de Mejora Interna, PMI. La calidad en nuestra empresa no es retórica, es un hecho», comenta. En medio de ello, destacan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): «La visión vinculada a los ODS ya fue aplicada por la compañía a través de acciones que no contaminan ni degradan el medio ambiente. Estamos más que involucrados y comprometidos con ello, ya que cuidamos y fomentamos de manera muy eficaz la sostenibilidad en el entorno laboral y fuera de él como una acción efectiva de nuestras prácticas», afirma Alanderson Machado.

Refuerzan que los ODS y ESG —sigla para Ambiental, Social y de Gobernanza— están directamente vinculados. Se supone que los criterios ESG en la empresa son aún más importantes a la luz de los últimos acontecimientos, con responsabilidad y recursos para una acción climática positiva, construyendo un futuro más sostenible y resiliente.

En cuanto a la Responsabilidad Social, la organización hace hincapié en la importancia de «hacer lo que se dice y decir lo que se hace». Con este fin, valora y respeta a los colaboradores y clientes, no solo con productos y servicios de alta calidad, sino también proporcionando y creando oportunidades de crecimiento para todo el ámbito de trabajo.

Otro compromiso reforzado es con la seguridad de los datos. «Vivimos este Compliance de forma natural,

ya que nuestra organización se rige por valores que efectivamente nos posicionan donde estamos: “Una empresa responsable, guiada por lo ético, legal y moral”», explica.

Los recursos tecnológicos están presentes en la rutina de Imperwash. Comparan que la tecnología es «como tomar una ducha», que requiere una actualización diaria. Y pese a que los trabajos se realizan in situ, todos los medios, marketing y merchandising son digitales, y la Inteligencia Artificial (IA) está presente y latente en la empresa cada día.

Definitivamente, la reputación es el ADN de la empresa, y en Imperwash este punto es de excelencia: «La gestión efectiva, que va más allá de la eficaz, es cumplir, innovar, aplicar y sorprender. Somos la empresa más premiada y reconocida del sector en Brasil, y este solo hecho ya es, en sí mismo, sorprendente», concluye el CEO.



GRATIDÃO!!

FICAREI MUITO FELIZ EM PARTICIPAR DESSES
MOMENTOS DA SUA FAMÍLIA!

ESSA NOSSA PROPOSTA TEM VALIDADE DE 7 DIAS!

AGUARDO SEU CONTADO!

 WHATSAPP: 11 970828273

 RUA JURUBATUBA 1350 SL 401/517
SÃO BERNARDO DO CAMPO - SP

 [onedafotoevideo](https://www.instagram.com/onedafotoevideo)



 Oneda
FOTO E VIDEO

SOMA EXPRESS SERVIÇO DE ENTREGA DE MALOTE LTDA

Ubicada en el Estado de Bahía, en Brasil, Soma Express actúa en el mercado de operadores logísticos – transporte de carga general y fármacos. Es una empresa de soluciones integrales para diversos segmentos logísticos, incluyendo el trabajo con carga aérea y terrestre en el Estado, con profesionales calificados, comprometidos y competentes.

La CEO Andrea Karla Lessa comenta que un programa de Calidad Total se implementa a través de procedimientos y estándares, siempre cumpliendo con las leyes y normas

vigentes. Para ello, todo el equipo trabaja de manera comprometida en los proyectos, incluyendo el uso de cursos y entrenamientos.

Con un grupo calificado, dentro de las soluciones logísticas que brindan cuentan con varios vehículos, de acuerdo con las necesidades del cliente, como el uso de carros como Fiorino, Ducato, Sprinter refrigerado, HR o motocicletas. También se realizan ajustes de acuerdo con la demanda del cliente, a través de agregados, como camiones de plataforma abierta.





La compañía hace hincapié en hacer posible la gestión eficiente del transporte aéreo y por carretera, el seguimiento y control de los pedidos en tiempo real, totalmente automatizado, con el sello Brudam. «Elegimos usar este increíble software para brindar una mejor experiencia a nuestros clientes», garantiza Andrea Lessa.

Otro punto por destacar es la mayor eficiencia general en la operación, con optimización de la productividad, planificación más precisa, datos para la toma de decisiones y mejor visibilidad operativa, con reducción de tiempo y costos relacionados con el transporte, la capacidad de gestionar la relación con el cliente, entre otros.

Los ODS, una agenda global adoptada durante la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible en 2015, tienen 17 objetivos y 169 metas que deben alcanzarse para 2030. Ante esto, la empresa incentiva y prepara canastas básicas de alimentos para donación, además de alianzas con cooperativas de reciclaje.

Totalmente vinculado a los ODS, el trípedo ESG —Ambiental, Social y de Gobernanza— forma parte de las agendas de Soma Express. Andrea Lessa resalta que, en este campo, la organización promueve conferencias y cursos de capacitación para que esa cultura esté en la rutina del equipo, con ideas y visiones claras sobre el tema.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, la empresa siempre permanece atenta a los detalles individuales de cada colaborador, dando voz y espacio a las sugerencias. De la misma manera, la seguridad de la información es un tema que involucra actividades, entre ellas el Compliance es una de las agendas de los proyectos.



En el día a día de la empresa, los recursos tecnológicos son vitales, ya que todo el sistema operativo está integrado con los clientes y el sistema CFT con la grabación en la nube. Además, la empresa contribuye a la satisfacción de los colaboradores, satisfaciendo las necesidades del equipo de forma conjunta e individual, manteniéndolos estimulados.

Relevantes para la operación, las licencias y certificaciones garantizan la calidad de las actividades de Soma Express. Para ello, se enlistan: Permiso de Vigilancia Sanitaria, Certificado de Licencia del Cuerpo de Bomberos, Licencia de Operación de productos peligrosos y carga general, y Licencia para transporte de medicamentos.

Andrea Lessa concluye llamando la atención sobre la importancia de una buena gestión, que se refleja en una reputación positiva: «Es necesario valorar la calidad del servicio, ya que, en este segmento, la imagen y la reputación son muy comentadas por los clientes, con la finalidad de sumar nuevos servicios».





Implantes Dentales

D'CAMPOS CONSULTORIA E CONTABILIDADE

D'Campos Consultoria e Contabilidade brinda soluciones contables y de consultoría para empresas de cualquier rubro, con un enfoque en la satisfacción del cliente, proporcionando crecimiento y rendimiento. Además, se vuelca a desempeñar la función que le corresponde como parte de la sociedad en las más diversas temáticas sociales.

El CEO Ronaldo de Campos explica que la empresa está ubicada en la ciudad de Maceió, en el estado de Alagoas, Brasil, y su público objetivo es cualquier persona jurídica en actividad. Señala que la calidad siempre ha sido crucial en la empresa, una visión que involucra a todo el equipo.

«La calidad siempre ha sido crucial en D'Campos. Para ser sinceros, incluso antes de que supiéramos y conociéramos en profundidad lo que significaba el Programa de Calidad Total, ya lo aplicábamos en la empresa. En general, siempre buscamos mejorar nuestro servicio para que la experiencia del cliente/emprendedor sea la mejor posible», afirma.

Ronaldo de Campos enfatiza que los colaboradores son activos en la relación con el programa de calidad, siempre sintonizados con lo que se necesita para hacer y ser efectivos. Además, es totalmente apto para su participación en el proceso, dando sugerencias para que





la organización pueda mejorar cada vez más.

El CEO subraya que, actualmente, los residuos ya no se tratan como se debería, es decir, como un problema importante. «La sociedad se ha acomodado y, aún con las advertencias de la naturaleza, los vicios perduran. D'Campos está atento a la sostenibilidad global y aporta su granito de arena en el mundo», comenta.

En vista de ello, también se está prestando atención, con acciones prácticas, a los proyectos ESG —acrónimo para Ambiental, Social y de Gobernanza, según sus siglas en inglés. Para ello, la empresa siempre busca alinear las iniciativas de acuerdo con sus valores, mejorando aún más el objetivo como empresa.

D'Campos cuenta con programas de Responsabilidad Social, como «Amor sem dimensão» [Amor sin dimensión] y «Fraternidade sem fronteiras» [Fraternidad sin fronteras]. Ambos son proyectos en fase inicial de implementación, habiendo sido concebidos desde julio de 2019. A través de estas iniciativas, buscamos mejorar el pensamiento y la actitud de todos los colaboradores y clientes, con el objetivo principal de lograr la igualdad, el respeto y la moralidad social en el mundo.

La organización tiene su propio cumplimiento, siguiéndolo al pie de la letra. «Pautas como la ética profesional, el cumplimiento de las leyes y normas internas de convivencia, y el seguimiento de las normas de los organismos especializados son grandes ejemplos.



El principal desafío es cumplir con todos los cumplimientos, con el menor margen de error posible», comenta.

Ronaldo de Campos afirma que no hay escenario, en ningún tipo de ambiente, en el que la tecnología no esté plenamente presente. «Por ese motivo, D'Campos siempre busca estar conectada y actualizada con lo mejor en términos de tecnología, siempre con el objetivo de mejorar nuestro ambiente de trabajo y nuestros servicios».

La empresa también cree que la calidad del servicio y la confianza en la organización es la principal razón de la satisfacción de todos los clientes. Por el mismo motivo, el CEO afirma que D'Campos es

un referente nacional en atención y excelencia en todos los servicios que brinda: «Una buena gestión empresarial es la base del éxito de la empresa. La reputación es una consecuencia de una buena gestión. Lamentablemente, no se trata de aplicar una fórmula, pero, al darle la debida importancia, la búsqueda de mejorarla siempre será constante», concluye.



É  BICHÔ 

RECONHECIMENTO INTERNACIONAL

De: Alagoas
Para: o mundo!



O Grupo É O Bicho está orgulhoso com a premiação pelo Latin America Quality Institute. Entre os 100 melhores hospitais veterinários do Brasil, conta com urgência, emergência e UTI, além de um corpo clínico de especialistas. O grupo ainda possui um laboratório, petshop, plano de saúde animal e banho & tosa.

São mais de 10 anos sendo destaque no setor de saúde veterinária local, nacional e, agora, internacional.



MURTA CONSULTORIA

Con la auditoría y la gestión sanitaria como sus principales actividades, Murta Consultoria inició sus actividades en el año 2007 con servicios dirigidos a empresas del área médica. En 2017, asumió su primer contrato de auditoría con su primer cliente, Bradesco Saúde, líder nacional entre los operadores del rubro.

Al comentar sobre la historia de la empresa, el director ejecutivo Fernando Murta cuenta que implementar un proceso de auditoría estándar en diferentes ciudades y con diferentes formas de analizar las facturas médicas es uno de los mayores desafíos de la organización, además de inversiones en la informatización de procesos.

El director añade que esa visión y acción mejoran la eficiencia y la calidad de los informes de gestión, lo que permite entregar a los clientes indicadores para la toma de decisiones con miras a reducir los costos de atención. Actualmente, cuentan con una amplia gama de clientes, atendiendo a todas las regiones de Brasil.

«Murta Consultoria fue la empresa que más creció en el área de auditoría sanitaria en los últimos tres años. Este ha sido uno de los principales retos de la empresa, ya que la estructura también ha cambiado muy rápidamente y, muchas veces, un proyecto implementado en una realidad se vuelve obsoleto», explica. Fernando Murta cuenta que la





organización se está preparando para implementar el programa de Calidad Total. En vista de ello, ya se han implementado algunas mejoras, como en el proceso a través de una consultoría tercerizada. También se destacan las acciones vinculadas a la Responsabilidad Social Corporativa.

«Murta Consultoria ha estado haciendo cada vez más por el ámbito social. Comenzó con donaciones a instituciones benéficas, campañas de donación entre los colaboradores y, en 2023, realizaremos cursos de especialización para personas que no pueden asumir ese costo», enumera.

Asimismo, es una empresa que constantemente está tomando acciones internas para aportar a la sociedad. Algunas de las acciones ya realizadas fueron la campaña de donaciones a damnificados por la lluvia, con alimentos, ropa y ropa de abrigo, así como el fomento a la donación de sangre, visitas a

guarderías y donaciones mensuales a otras instituciones.

El director ejecutivo comenta que la empresa está constantemente educando a los colaboradores sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, aunque dicho impacto en el sector se considera bajo. «Murta tiene en su ADN la responsabilidad de discutir y guiar continuamente a sus colaboradores sobre estos temas», garantiza el director. Eso incluye medidas de mitigación e impactos negativos en el medio ambiente, llevándolo a la realidad de la empresa. «Las explicaciones sobre las acciones en caso de emergencia, como accidentes de trabajo, incendios accidentales, entre otros, también forman parte de nuestra rutina», señala.

Murta Consultoria también viene trabajando cada vez más para aportar al equilibrio social en lo que está a su alcance. Los principales proyectos vinculados a los ODS



son las campañas de donación y la inversión en educación y formación de profesionales que por sí mismos no podrían permitirse el costo de una especialización.

«Con una mirada holística, siempre estamos atentos a los movimientos y tendencias del mercado, teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes y proveedores. Por eso, valoramos la ética y la transparencia en todo, siempre buscando innovar en nuestros servicios y en todo lo que brindamos», subraya.

Fernando Murta concluye que una buena reputación corporativa es un punto fundamental para una empresa que quiere mantener alta su competitividad. «Por esa razón, invertimos en fomentar la diversidad y la inclusión, la transparencia y la gobernanza. Creemos que estos son buenos puntos de partida para una reputación positiva», concluye.





La diferencia está en la experiencia.

25 años siendo tu socio global en aviación y turismo.



Llevamos tu negocio por el mundo con soluciones de outsourcing eficientes en:

Gestión de aviación y Turismo:

- CSA Aerolíneas
- Hoteles Cadena
- Seguros de Viajes
- Carga y Logística

Soluciones Aeroportuarias:

- Salones VIP (Caral Lounge, Elemento Lounge)
- Cafeterías (Round Trip Café)
- Tiendas de Conveniencia (Round Trip Market)

Nuestras marcas:



ELEMENTO
LOUNGE

CARAL
VIP LOUNGE

México:
Av. Copérnico 3730 Int. 204,
Col. Arboledas, Zapopan, Jalisco,
CP. 45070
+52 33 1285 0669

Perú:
Av. José Pardo 601,
Oficina 1003, Miraflores,
Lima - Perú.
+51 44 64419

Estados Unidos:
4701 Shore Drive Ste. 103 #243,
VA 23455
+1 757 550 1184

www.nlg.aero

BERGAMO ARQUITETURA

Bergamo Arquitetura opera en el área de proyectos especializados de interiores, residenciales y comerciales, dirigidos a familias de alto y muy alto nivel. Ubicada en el barrio de Moema, en el Estado de São Paulo, la empresa cuenta con un buen equipo de colaboradores, lo que garantiza el éxito de la organización.

La propietaria y arquitecta Natalie Bergamo comenta que, entre los colaboradores, uno complementa el trabajo del otro. Además, todos los proyectos son sectorizados, así como

los relevamientos, renders, atención al cliente, financieros y de gestión, siempre con el objetivo de la calidad total.

«Hay una inversión, por parte de Bergamo Arquitetura, para mantener el equipo altamente cualificado, lo que se traduce en una entrega con la calidad que supera las expectativas de nuestros clientes», explica, destacando que, en este contexto, una de las principales estrategias fue combinar el equipo con la satisfacción del cliente.



«Siempre hemos subdividido nuestros equipos para mejorar el control del tiempo, la calidad del servicio y la entrega. Debido a que son proyectos muy bien detallados —lo que es difícil de encontrar en el mercado actualmente—, tenemos un programa interno que, a cada reunión semanal, termina teniendo mejoras para la satisfacción del público», subraya.

También dice que cuenta con un equipo con mucha experiencia desde el primer contacto con el cliente hasta la entrega final del proyecto. «La calidad está en el detalle y el cuidado de cada colaborador. Valoramos el tiempo y la dedicación de cada uno, lo que, combinado con una buena gestión y división de tareas, da como resultado el alto nivel deseado por los clientes», explica.

Para la elaboración de un proyecto se considera todo el entorno, con



evaluaciones relacionadas con el medioambiente. Para ello, intentamos respetar las condiciones geológicas, el espacio y el tráfico existente. Además, se busca prevenir la contaminación del aire, el suelo y los cuerpos de agua, procurando poner en valor los materiales y la cultura local.

«Nuestra mayor preocupación medioambiental está en la sostenibilidad. La arquitectura sostenible consiste en el desarrollo de proyectos que minimicen el impacto ambiental de los edificios. Para ello, se utilizan materiales de bajo impacto, tratamiento de residuos, reutilización de recursos y adaptación al clima local», explica.

Natalie Bergamo llama la atención sobre la función social del arquitecto y urbanista, que va mucho más allá de

la formación de casas y ciudades, sino que implica seguridad, accesibilidad, economía, confort y sostenibilidad, elementos esenciales para el desarrollo urbano y la promoción de la vivienda social.

«Nuestro principal objetivo es alinear diariamente las necesidades de los clientes con los estándares propuestos. Los arquitectos deben tener una conciencia profesional, en el sentido de que, para servir a los seres humanos, no necesariamente necesitan tecnología avanzada y presupuestos exorbitantes. Es posible hacer mucho con poco», enfatiza.

La arquitecta cuenta que los proyectos de Responsabilidad Social más importantes desarrollados por la empresa son los comerciales, donde es necesario prestar atención no solo



a la belleza y el bienestar, sino a las entregas que mantengan el estándar y la calidad, respetando las normas y técnicas con los mínimos detalles para que nada sea diferente de lo que se ha planificado.

La empresa valora la transparencia y la honestidad, ya sea con los clientes o con los colaboradores y proveedores. «Sabemos que, en el mundo de la Arquitectura, es habitual tener el pago por recomendación, aunque esté prohibido. Gran parte de los arquitectos y sus proveedores acaban utilizando esa práctica para obtener más rentabilidad», afirma.

A su vez, Natalie dice que Bér gamo Arquitectura siempre ha estado del pequeño lado opuesto a esas personas. «Tenemos el control

absoluto de todas las transacciones financieras de la empresa. Trabajamos con la emisión de facturas de todo tipo de servicios, ya sean operativos o comerciales», resalta.

La empresa lleva mucho tiempo utilizando la realidad virtual. Presentan imágenes renderizadas a sus clientes, que simulan la propuesta de una manera muy realista, permitiendo al cliente visualizar y circular en sus entornos en su totalidad, entendiendo con mayor precisión la idea y cada detalle existente en su proyecto.

«Todas las empresas deben tener una buena gestión para tener una buena reputación, sobre todo en el mundo de la Arquitectura, donde muchos de los clientes se originan por referencia. Una buena programación, estrategias internas, división de tareas y estructuración financiera son puntos que equilibran y nos hacen destacar en el mercado», concluye.



bergamo
ARQUITECTURA

É  BICHÔ 

RECONHECIMENTO INTERNACIONAL

De: Alagoas
Para: o mundo!



O Grupo É O Bicho está orgulhoso com a premiação pelo Latin America Quality Institute. Entre os 100 melhores hospitais veterinários do Brasil, conta com urgência, emergência e UTI, além de um corpo clínico de especialistas. O grupo ainda possui um laboratório, petshop, plano de saúde animal e banho & tosa.

São mais de 10 anos sendo destaque no setor de saúde veterinária local, nacional e, agora, internacional.



GRABO ESTILO SRL

Estilo es un grupo especializado que representa la industria promocional en República Dominicana con sus firmas de promocionales Grabo Estilo; regalos corporativos de lujo con su firma Alianza Brands; uniformes a diferentes sectores con Velilla by Grabo Estilo; además de la empresa de placas y trofeos, emblemas institucionales y otros.

La empresa cuenta con una trayectoria profesional de más de 20 años en el mercado, que surgió en el año 2001, con la visión de satisfacer las necesidades de la época de una organización que pudiera ofrecer regalos personalizados. Como empresa, representa a la

industria promocional en el país, ya que actualizó y agregó categorías de líneas de productos.

Con el almacén más grande del Caribe para la promoción y comercialización de los productos que ofrece y con logística propia de producción y proceso, aplica un sistema de gestión interno de alta calidad y respaldado por certificaciones locales e internacionales, siempre buscando la excelencia.

De acuerdo con la vicepresidenta, Sulin Lantigua, la calidad es un factor clave en el que la empresa invierte tiempo y recursos. «Por ello, en 2023, Grabo





Estilo, líder en la industria promocional, implementa como innovación en su proceso logístico interno un sistema de gestión de Calidad 2023, SGC 23, basado en la norma ISO 9001», comenta.

La empresa dedica atención a la implementación, revisión y rectificación de procesos en la logística interna de las diferentes áreas con las que cuenta la organización. Para ello, cuenta con un equipo de colaboradores con 100 puestos de trabajo, lo que significa trabajar bajo el mismo enfoque y dirección en todos sus procesos logísticos.

En vista de ello, asegura la calidad y el buen desarrollo en áreas como la seguridad en el trabajo, la producción, el desempeño en la administración y transporte interno de bienes y productos, así como el servicio y la calidad en las ventas, asegurando la satisfacción de los productos y servicios que reciben los clientes.

También se está implementando un programa bajo la dirección de asesores externos, demostrando el fiel compromiso de Grabo Estilo al llevar a cabo acciones operativas de manera segura y eficiente para el bienestar de todos, tanto clientes como proveedores y todos los actores involucrados en este sistema de gestión de calidad.

En cuanto a las acciones sostenibles, internamente, cuenta con un comité de Responsabilidad Social, Medio Ambiente y trabajamos mediante un calendario y programa anual. «Actualmente, trabajamos en ahorro de energía, disminución de plástico dentro de la empresa de un solo uso, y para eso tenemos campanas internas», comenta.

También como acciones sostenibles, existen alianzas con consultoras externas y en cumplimiento de otras normas y certificaciones internacionales, a través de las cuales la empresa respalda su



compromiso de llevar a cabo acciones sostenibles que apoyen la actividad diaria de la empresa.

Uno de estos acuerdos es con consultores externos y en cumplimiento de otras normas y certificaciones internacionales, a través de los cuales la organización avala su compromiso de realizar y aplicar acciones sostenibles que apoyen el trabajo diario de la empresa.

Se garantizan y cumplen manuales y políticas internas, ya que se mantiene un programa y calendario anual que contiene aspectos importantes respaldados por la normatividad local e internacional, tanto en su ejecución como en su cumplimiento.

Asimismo, existe el programa de apoyo a las mujeres y su participación en las diversas áreas de la empresa; y programa de capacitación de acuerdo con la necesidad; calendario de capacitaciones sobre salud, acoso, violencia intrafamiliar; entre otros.

También se establecen alianzas con instituciones de salud, legal, financieros en apoyo al personal; programa y calendario de festejos y agasajos al personal no importando el puesto en el que se encuentran; programa de asesoría de salud visual; sala de maternidad; infraestructura adecuada y cómoda.

«Desde nuestros inicios, entendemos que cualquier persona empresa puede vender o comprar productos, pero la diferencia que siempre queríamos y nos mantenemos cumpliendo es que nuestros productos y servicios le lleguen a los clientes y la comunidad con valores adicionales que el cliente entienda, asuma y pueda sentir», concluye.



¿QUIENES SOMOS?

NEXTCORP es una empresa importadora de productos para el cuidado de la salud, llega al mercado boliviano ofreciendo productos y/o medicamentos de alta calidad, innovadores, a precios competitivos y al alcance de todos nuestros clientes.

Actualmente contamos con la representación de Laboratorios internacionales de primer nivel. Contamos con la siguiente cartera de productos:

CASASCO

LIOMONT

Infan-Tec
Baby Products

NEXTJET®

Urufarma



Los productos Nextcorp se encuentran en toda Bolivia, desde ciudades capitales, hasta provincias y zonas alejadas.

Nuestros productos se encuentran disponibles en las principales cadenas de farmacias de tu ciudad.

Los más importantes doctores utilizan nuestros productos. Búscanos bajo el sello de NEXTCORP.



NEXTCORP



INTERNATIONAL MEDIA GROUP (IMG)

International Media Group (IMG) es una empresa especializada en el rubro de demandas colectivas, mayormente conocido como Mass Torts. Ubicada en el distrito de Surco, en Lima, Perú, la organización cuenta con 11 años de experiencia en el mercado estadounidense, brindando servicios especializados de marketing en el sector legal, creando soluciones digitales con precisión y calidad.

El gerente general, Arnold Sotelo, explica que el objetivo de la empresa se basa en confrontar las malas prácticas y brindar apoyo legal a aquellas personas cuya salud se haya visto gravemente afectada por medicamentos nocivos, dispositivos

médicos defectuosos o por negligencias empresariales.

Entre los principales retos superados en la trayectoria de la compañía, se encuentra la crisis sanitaria, en la que varios miembros del equipo se enfermaban debido al COVID-19. «Ante ello, nuestra prioridad fue asegurarles a los colaboradores que conservarían sus puestos de trabajo», afirma el gerente, haciendo hincapié también en las inversiones necesarias para ese periodo.

«Además, en el International Media Group, hemos adquirido concentradores de oxígeno, oxímetros, auto-tests de descarte, mascarillas, entre otros artículos





destinados a nuestro equipo, sus familiares o personas que lo necesiten. Asimismo, ante la escasez de vacunas en el país, enviamos a algunos de nuestros colaboradores al extranjero para que puedan vacunarse», resalta. Arnold Sotelo destaca que, a pesar de la crisis, en la organización se logró incrementar las operaciones y la rentabilidad, superando las metas iniciales y logrando los objetivos, gracias al esfuerzo y compromiso de cada miembro del equipo. Dichas acciones estaban alineadas con la búsqueda de la excelencia y la calidad. En este contexto, el gerente señala que la empresa actúa en base a sus valores corporativos: calidad, integridad, amabilidad, responsabilidad y justicia, así como en honestidad y transparencia, involucrando a cada integrante del equipo.

«Contamos con un sello de garantía reflejado en el estricto filtro de recepción de casos legales; tenemos un gran compromiso por brindar un grato ambiente de trabajo, el cual logró verse reflejado en nuestro trabajo diario. También contamos con un enfoque para incentivar el desarrollo profesional de nuestro equipo», señala.

Arnold Sotelo comenta que la visión de la empresa es transformar vidas a través de experiencias únicas para generar bienestar en cadena, impactando generaciones. Con ello, se enfoca en los ODS con impacto positivo, como en Salud y Bienestar; Educación de calidad; Igualdad de género; reducción de las desigualdades; y Paz, Justicia e Instituciones Sólidas.

Respecto a la Responsabilidad Social, las acciones se llevan a cabo a través de campañas de entrega de alimentos y trabajos de sensibilización social, apoyando a residencias de ancianos u orfanatos. Otro punto que destacar es la seguridad de los datos y la información, que está ligada a la ética: «La seguridad de nuestros datos y el cumplimiento de la normativa se ejecutan utilizando plataformas de prestigio que cumplan con estándares de calidad de integridad y resguardo de la información; controlando los accesos a las plataformas a través de políticas de acceso condicional, entre otros», señala.

El gerente general también comenta que se crean experiencias únicas, así como momentos memorables que involucran aspectos personales y familiares del equipo y de los clientes externos. «Esto nos permite transformar las vidas de nuestros stakeholders, conocer más a nuestro equipo y ofrecerles experiencias de calidad», afirma.

IMG también ofrece oportunidades de desarrollo profesional enfocadas en el crecimiento, ya que los colaboradores reciben capacitación gratuita (auspiciada por la empresa) y clases de inglés, participan en conferencias dentro o fuera del país, cuentan con

apoyo psicológico gratuito, entre otros beneficios.

Arnold Sotelo resume que, si bien una empresa nace para generar beneficios económicos y ser rentable, buscamos que el público nos perciba como una empresa que siente la responsabilidad por ayudar a construir un mejor país. «En IMG creemos que lo más importante es que dejemos una huella como empresa», afirma.

Para ello, se busca humanizar un conjunto de empresas, productos o marcas que ayuden a la sociedad. «No que solamente sea generar dinero. El corazón de nuestro negocio es ayudar a víctimas a través de una cultura empresarial consolidada y formal; entonces, la idea es que las nuevas líneas de negocio que se creen sean para ayudar», concluye.





INTERNATIONAL MEDIA GROUP

MODELO DE NEGOCIO ÚNICO EN EL PERÚ

**ESPECIALIZADOS EN EL RUBRO DE MASS TORT
(DEMANDAS MASIVAS) CON PRESENCIA EN EL
MERCADO ESTADOUNIDENSE POR MÁS DE 10 AÑOS.**

Soporte legal a aquellas personas cuya salud se haya visto gravemente afectada por: medicamentos nocivos, dispositivos médicos defectuosos o negligencias empresariales.

Nuestros Reconocimientos:



CCL

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

www.amediagroup360.com

Contáctanos:

e-mail: info@amediagroup360.com

Dirección: Avenida El Derby 254, Surco

Teléfono: Perú: (01) 716-2405

BASILIO ADVOGADOS

Basilio es un bufete de abogados con 15 años de experiencia en Brasil y en el exterior, centrándose principalmente en litigios comerciales, litigios civiles, arbitrajes y reorganizaciones judiciales. Los servicios están dirigidos a grandes empresas de diversos segmentos, como concesionarias de servicios públicos, grandes minoristas, entre otros.

La socia fundadora, Dra. Ana Tereza Basilio, comenta que, si bien uno de los pilares del Programa de Calidad Total es la última palabra del cliente, Basilio siempre deja claro

que las definiciones de estrategias comerciales y legales nunca irán en contra de la ética profesional y la legislación vigente.

«El cliente tiene la razón y Basilio busca todos los días trabajar para presentar las mejores soluciones; pero recordamos que nuestro trabajo siempre está enfocado en la ética y guiado por el estricto cumplimiento de los límites legales», comenta, señalando que una de las medidas adoptadas por la firma fue establecer flujos de comunicación interdisciplinarios entre equipos especializados.



JOÃO BASILIO - SOCIO FUNDADOR



ANA TEREZA BASILIO - SOCIA FUNDADORA

De esa manera, cada especialista contribuye a la solución de diversos problemas y múltiples clientes. «Nos comprometemos a no tener equipos rígidos, que solo atienden a un solo cliente o a un solo tipo de demanda. Estamos enfocados en equipos simbióticos, ya que creemos que de esta manera podremos explorar todo el potencial de nuestros abogados y tener una mejora continua en nuestros servicios», señala.

Según la abogada, esa simbiosis entre los equipos ha permitido tomar decisiones más asertivas en cuanto a estrategias procesales con repercusiones comerciales basadas en hechos y datos. «Ya no vemos espacio para opiniones vagas, nuestro objetivo es presentar a nuestro cliente el mejor y más realista enfoque estratégico para resolver su problema», enfatiza.

Al comentar sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Dra. Ana Tereza Basilio señala que este tema es muy sensible y afecta a todos, sin excepción: «La lista de objetivos es extensa, asertiva y, en mi percepción, muy ambiciosa. Por nombrar solo algunos, menciono la erradicación de la pobreza, el programa hambre cero, la distribución de agua potable y los proyectos de saneamiento básico», confirma.

Sin embargo, Basilio, como agente social, incapaz y reacio a alejarse de esta agenda, eligió la igualdad de género como punto de énfasis. «La igualdad de género no es solo una preocupación de Basilio, sino mía, personalmente, ya sea como socia fundadora de un bufete de abogados o en el papel de vicepresidenta de la OAB (Colegio de Abogados de Brasil,



según su sigla en portugués) del Estado de Río de Janeiro», comenta.

«Ya he mencionado estos números en varias ocasiones, pero los replico también por este medio, una vez más, dada la relevancia del tema. Hoy representamos el 51% de los inscritos en el Colegio de Abogados y más del 56% dentro del derecho joven, cifras impresionantes, pero que aún necesitan atención. Sobre todo si nos fijamos en los puestos que ocupan esas mujeres efectivamente dentro de los bufetes de abogados», añade.

Para ello, Basilio fomenta y está constantemente atento a la igualdad de género, otorgando igualdad de oportunidades dentro de los procesos de selección para ingreso y lista dentro de la firma. En la actualidad, cuenta con una planilla compuesta en un 50%

por abogadas, varias de las cuales ganan protagonismo en puestos de gestión y liderazgo.

También cabe destacar el Proyecto de Formación y Contratación de Jóvenes Abogados, realizado por Basilio, que se centra en la formación de jóvenes pasantes para integrar el equipo de abogados juniors.

La firma también se enfoca en mejorar los procesos internos, estandarizar los flujos y reevaluar los datos. En concreto, tiene dos enfoques principales: la implementación de herramientas de gestión de equipos, que tienen como objetivo distribuir mejor las tareas con el fin de optimizar el uso del tiempo productivo de cada abogado en función de su experiencia, y las herramientas de gestión de clientes por temáticas, que tienen como objetivo

optimizar el servicio a estos clientes, entregando el mejor resultado posible.

Una de las políticas institucionales de Responsabilidad Social presentes en el despacho es la política de donación de equipos de cómputo, ya sean computadoras o accesorios que ya no se consideran aptos para uso interno. Son equipos totalmente aptos para uso doméstico y a menor escala.

«Recientemente, hemos hecho la donación de más de 20 computadoras y estamos seguros de que otros colegas les están dando buen uso. Tenemos la certeza de que, por pequeñas que sean, estas acciones sin duda generan grandes impactos, lo que nos deja una sensación de logro», subraya.

Además de las normas de conducta claras en el reglamento interno y en el código de ética, se adopta una política específica anticorrupción, en un intento de reforzar con los colaboradores y clientes que esta es una preocupación de Basilio, y que cualquier acto que sea o pueda ser considerado contrario a la ética sea efectivamente verificado para la adopción de las medidas adecuadas.

En este punto, una de las rutinas de gobierno corporativo adoptadas es recordar con frecuencia a todos los colaboradores nuevos y antiguos que la expectativa respecto a ellos

y como parte importante de la sociedad es que toda su conducta observe la ley y la ética, y que cualquier acto que vaya en contra de este principio será desaprobado con vehemencia y sujeto a consecuencias administrativas y judiciales, según corresponda.

«Creo que la reputación corporativa es la suma de dos factores, la reputación personal y la calidad del producto, es decir, la entrega de los resultados prometidos. En el caso de un bufete de abogados, su reputación está estrechamente ligada a la reputación de sus socios y colaboradores. Con respecto a la reputación personal, lo que sí podemos decir es que, ante la sociedad, debemos mantener una conducta recta, ética, libre de dudas», concluye.



En 3 años **267** mil
limpiamos **toneladas**
de **tierra**
contaminada
con **hidrocarburos**

gracias a nuestra eco-tecnología en tratamiento
de tierra y agua de perforación.

Porque queremos un mundo
mejor para vivir, en BIEECO

**trabajando por un
mundo más limpio.**



bieeco
Bienes Ecológicos

BOX BRASIL

Box Brasil es una empresa vinculada al rubro del comercio exterior, importación y exportación. Ubicada en el estado de São Paulo, la organización inició sus operaciones en Brasil en 2004 y se ha destacado en el área de transporte internacional. Fundada por Michelle Onishi, la actual CEO, el objetivo principal de la corporación era servir a su familia que vivía en Japón e importaba productos de Brasil a ese país.

Hoy en día, la empresa realiza sus envíos internacionales a más de 200 países del mundo, atendiendo desde un sobre hasta contenedores, desde personas naturales hasta grandes

minoristas. Para ello, la calidad es uno de los principales compromisos que Box Brasil tiene con los clientes, ya que la organización ha crecido por medio de recomendaciones. «Nuestro nivel de satisfacción con cada cliente es muy alto», afirma la CEO.

Señala que esto se debe a que el equipo le da importancia a cada servicio, de manera personalizada y humanizada. Otro punto que responde a esta realidad es la participación de los colaboradores: «Tenemos reuniones mensuales, donde todos los colaboradores pueden dar sugerencias y puntos





de vista. Además, analizamos juntos cómo fue el mes anterior de la empresa en todos los aspectos», explica.

Michelle Onishi también llama la atención sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), considerando que dicha agenda es extremadamente importante. «Como empresa, ya hemos tratado de contribuir a algunos de ellos, como minimizar males como el hambre en las comunidades cercanas, proteger y cuidar el medio ambiente a través de la concientización, y promover acciones para la recolección y disposición correcta de materiales reciclables», garantiza.

Al mencionar las acciones ESG —acrónimo de Ambiental, Social y de Gobernanza— Michelle Onishi resalta la clasificación de materiales reciclables. Señala que la iniciativa

está en sus inicios, pero ya es posible evaluarla como un bien común necesario, y puede evolucionar aún más para mejorar las aportaciones tanto como empresa como persona. Además, las prácticas también están enfocadas en la Responsabilidad Social.

«Creemos que tanto ayudar a las personas con condiciones limitadas en ese momento con alimentos como reducir el impacto de los productos en el medio ambiente son importantes para nosotros como empresa», explica, destacando también los problemas de seguridad. «Trabajamos con contratos que garantizan el 100% de seguridad de los datos tanto para los clientes como para las empresas», añade.

La CEO comenta que, gracias a recursos tecnológicos prácticamente infinitos, se está logrando que la

empresa implemente, en todos los sectores, GPT para informes, textos e información, siendo una forma de agilizar todos los procesos de la empresa. Como resultado, Box Brasil tiene un grado muy alto de satisfacción tanto con sus colaboradores, clientes, proveedores y prestadores de servicios.

«Nuestro trabajo siempre valora el servicio humanizado, personalizado para cada sector, un servicio único, que se hace con mucho mimo y dedicación cada día. Esto ha asegurado el crecimiento y el compromiso en todos estos años de la empresa, y el mayor marketing siempre ha sido la indicación de clientes satisfechos con nuestros servicios, el famoso “boca a boca”», afirma.

Ella finaliza comentando que Box Brasil valora la excelente imagen que la empresa lleva y transmite y, aún con todo el crecimiento que ha tenido a lo largo de los años, ha mantenido la transparencia con todos los clientes, en todos los procesos y etapas.





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

POLIETILENO PUBLICITARIO S.A

Ubicada en Mérida, Yucatán, México, Polpusa se dedica a la fabricación de películas monocapa y coextruídas de polietileno en alta y baja densidad y polipropileno. De igual forma, ofrece impresión flexográfica a ocho tintas en alta definición, destacando por su calidad.

De acuerdo con la Ing. Ana Paulina López Laviada, directora general adjunta, la empresa ofrece servicio de fabricación de películas de distintos tipos y características, las cuales pueden derivar en empaque flexible, diversas bolsas de plástico, termoencogibles y popotes, atendiendo a empresas de alimentos, de productos de limpieza y congelados.

Por otro lado, Polpusa ha desarrollado su línea de productos para consumo directo, atendiendo al sector retail y comercio. Para ello, Ana López señala que el proceso de mejora continua requiere de un cambio holístico, que implica un esfuerzo colectivo.

«Toda la organización está alineada a esta cultura y, por ello, dicha alineación representa un gran reto y esfuerzo. Asimismo, las exigencias del mercado son versátiles provocando que se deba acelerar este proceso al igual que la creatividad e innovación», afirma.

También llama la atención sobre la concientización ambiental, consumo responsable y economía circular se componen como un gran reto y





responsabilidad para la organización incitándola a generar propuestas para impulsar y promover dichos temas. Para ello, la búsqueda de la calidad es el objetivo constante del equipo.

En este contexto, se desarrolla un programa de Calidad Total a partir de tres sistemas principales: Seguridad industrial, Gestión de calidad y Seguridad alimentaria, cada uno de estos sistemas se basan en la metodología de mejora continua en cada uno de sus ámbitos específicos. La implementación de ese programa se lleva a cabo a través de programas y procesos que buscan la calidad en la salud física, psicológica de los colaboradores, la calidad en la sanidad e inocuidad de nuestros procesos y productos, calidad del producto y los servicios tanto internos

como externos., involucrando a todos los colaboradores.

«Los colaboradores se integran a la implementación a través de roles y responsabilidades asignados en todos los sistemas de gestión de Polpusa», afirma, resaltando que el aporte del equipo se visualiza de acuerdo con la estructura organizacional según el nivel y puesto desempeñado.

En los cargos directivos y gerencias, los colaboradores desarrollan en conjunto la planificación estratégica para el logro de los objetivos relacionados con todos los ámbitos de interés y contexto de la organización entre ellos la calidad total. En la gestión y mandos intermedios, gestionan, coordinan y se implican en la puesta en marcha de las acciones necesarias.

Esto ocurre tanto en la planeación estratégica como todas aquellas acciones de mejoras de cada sistema, a través de análisis de causas raíz, acciones de corrección, proyectos de mejora, acciones para mitigar riesgos y abordar oportunidades. Adicionalmente, desarrollan al talento humano aportando el conocimiento a través del entrenamiento continuo.

En lo operacional, la primera aportación es en la toma de conciencia sobre el valor agregado que tiene cada uno para la calidad en todos los procesos y como esto se transmite para la satisfacción de clientes internos y externos, con ello se aseguran del cumplimiento a los procedimientos y políticas establecidas.

La organización también adoptó la agenda de los ODS, estableciendo acciones concretas para contribuir a estas metas con las siguientes iniciativas: concurso interno para promover la salud nutricional «Perder para ganar», con un total de 142 participantes que generaron hábitos saludables y limpieza de playas, logrando recolectar 942 kg de basura.

También está el Programa Anual de Clasificación de Residuos; donativos a escuelas y asociaciones de capacitación; concurso interno de becas universitarias; instalación de paneles solares para generación de energía; reforestación, con la siembra de 15 mil árboles; y un congreso de

mujeres y hombres, además de la adhesión al Pacto Mundial.

«Nos regimos por nuestra declaración de principios contenida en nuestro Código de ética, el cual establece los mecanismos de protección de datos y garantiza el cumplimiento normativo declarando nuestros lineamientos de acción. Asimismo, contamos con políticas internas que brindan dicha protección», afirma Ana López.

Polpusa también contribuye a la satisfacción de los colaboradores a través de programas de Desarrollo Humano, entendiendo a la persona como un ser integral se ofrecen actividades que impacten en cada una de las dimensiones de la persona (física, humana y social, cognitiva, espiritual), por ejemplo.

«La buena reputación corporativa es un elemento esencial para construir relaciones sólidas con grupos de interés, generar confianza a clientes, atraer y retener talento, al igual que favorecer la ventaja competitiva. Por ello, la empresa aplica diversos esfuerzos que se reflejan en la implementación de buenas prácticas, establecimiento de diálogo con grupos de interés, acciones de responsabilidad social y rendición de cuentas», concluye.





¡ OPTIMIZA TU PROCESO CON GVTE SRL!

Somos expertos en Automatización, Instrumentación y Control de Procesos. Nuestros servicios están diseñados para mejorar la eficiencia y la productividad en tu empresa.

¿QUÉ OFRECEMOS?

- Soluciones personalizadas para optimizar tus procesos industriales.
- Equipos de última generación para el control preciso de tus sistemas.
- Asesoramiento técnico de primer nivel para garantizar resultados excepcionales.

¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

- Experiencia comprobada en el campo de la automatización industrial.
- Compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente.
- Equipos y soluciones innovadoras para mantener tu empresa a la vanguardia.

¡ Contáctanos hoy mismo para una consulta gratuita y descubre cómo podemos llevar tu negocio al siguiente nivel!

Información de contacto:

Sitio web: www.gvtecsrl.com

Teléfono: 809-563-0275

Correo electrónico: info@gvtecsrl.com

¡ HAZ QUE LA EFICIENCIA SEA TU VENTAJA COMPETITIVA CON GVTE SRL!

RMPM GROUP S.R.L

Ubicada en la República Dominicana, la actividad principal de RMPM Group SRL son los servicios legales, brindando asesoría y servicio legal especializado en las áreas de derecho corporativo, comercial, legislación de tierras, derecho laboral y derecho tributario, además de servicios contables, asesoría y servicios en planificación y gestión estratégica de proyectos.

De acuerdo con la gerente general, Rosa Margarita Pérez Melo, los desafíos han cimentado a la empresa, que siempre se ha guiado por la calidad del servicio. «Hemos logrado permanecer y crecer a pesar de la alta competencia que existe en el mercado dominicano;

en este año 2023 cumplimos 10 años de haber abierto nuestras puertas al público», señala, destacando la excelencia que impregna cada actividad.

Comenta que un programa de Calidad Total se lleva a cabo a través de la implementación de una cultura organizacional basada en la ética y los valores. «Trabajamos juntos, como un solo cuerpo para satisfacer de manera oportuna las necesidades de nuestros clientes y generar un entorno laboral positivo», afirma. Para ello, los colaboradores desempeñan un papel clave en el avance de esta cultura.



Rosa Pérez añade que los colaboradores son parte fundamental de la organización. «Son un pilar básico de la empresa, colaboran día a día con la realización de sus labores con eficiencia y calidad y también con la presentación de estrategias innovadoras que mejoran el entorno laboral y la experiencia del cliente», afirma.

La gerente señala que la empresa es socialmente responsable, ya que colabora activamente con el Objetivo 8 de la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que es el trabajo decente y el crecimiento económico. «Cada colaborador que participa en la compañía tiene la posibilidad de salir del círculo vicioso de

la pobreza», afirma, llamando también la atención sobre la contribución a otros objetivos.

«Contribuimos con los objetivos 5 y 10 en pro de la igualdad de género, dado que varios de los puestos directivos altos de nuestra empresa son dirigidos por mujeres, así como el 60% de los colaboradores de la empresa son del género femenino», señala. Además, se ofrecen consejos y servicios a un coste asequible a asociaciones sin ánimo de lucro y emprendedores sociales. «A la fecha, hemos asistido a más de 800 asociaciones sin fines de lucro u ONG», resalta la gerente.

En cuanto a las acciones ESG, la compañía ha reducido el uso de papel, digitalizando la mayoría de los procesos y haciendo un uso racionalizado de la electricidad y el agua. Además, cuenta con una política interna de reciclaje.

Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial también están en la agenda de la organización, que apoya con formalizaciones y otras acciones: «Colaboramos con varias organizaciones sin fines de lucro tanto nacionales como internacionales, entre las que se encuentran Rotary Internacional y Princesas Del Siglo 21, aparte de que ofrecemos una gama de servicios especializados solo para emprendedores sociales, donde les ayudamos en la formalización legal de sus fundaciones», garantiza la gerente.

La empresa también cuenta con un técnico especializado en gestión y





manejo de asociaciones sin fines de lucro. «Tenemos a disposición otros profesionales expertos en proyectos sociales, de sus conocimientos y experiencias se benefician de manera directa los emprendedores sociales que buscan en nosotros guía y las comunidades que ellos impactan», comenta.

Los datos de los clientes son confidenciales, por lo que RMPM Group los protege a través de herramientas informáticas fiables y acuerdos de confidencialidad. En cuanto a la satisfacción de colaboradores y proveedores, la compañía valora una compensación económica justa, con flexibilidad

horaria y la posibilidad de teletrabajo para los colaboradores internos.

A su vez, los clientes también colaboran con la organización a medida que miden la calidad de los servicios: «Luego de que finaliza un servicio se envía una encuesta que computa su nivel de satisfacción, cada sugerencia dada por ellos es evaluada y tomada en cuenta», explica. «Es vital para la empresa mantener una buena reputación, ya que la buena fama fideliza al cliente, asegura la permanencia del colaborador y atrae a mejores inversionistas y proveedores», concluye.



CONSTRUYE TU SUEÑO SOBRE LA ROCA EMPRENDEDOR;

ASEGURA LA SOSTENIBILIDAD Y RENTABILIDAD
DE TU NEGOCIO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Áreas de servicio:

- Legal
- Contabilidad e impuestos
- Planificación y gestión estratégica



 **809-937-0655**

 **809-222-5811**

 Ubicación: Paseo De Los Locutores No. 58,
esquina Emiliano Tardiff, 3er nivel,
Suite 302, Evaristo Morales,
Santo Domingo, Distrito Nacional.
E-mail: RMPMgroup@gmail.com

 www.rmpmgroup.com



COZATTI ABOGADOS

Cozatti Advogados es un despacho de abogados que, a pesar de estar ubicado en las ciudades de Campinas, en el estado de São Paulo, y en la ciudad de Itajaí, estado de Santa Catarina, Brasil, tiene práctica legal a nivel nacional, brindando asesoramiento legal completo tanto a personas naturales como jurídicas, desde temáticas más simples hasta casos más complejos, que requieren la participación de profesionales de diferentes áreas.

La socia, Dra. Carolina Cozatti de Camargo, explica que la actuación se da básicamente con énfasis en Derecho Comercial, Civil, Tributario,

Escolar, Laboral y Condominio. Además de los servicios, la firma también se enfoca en asociaciones con la ONG Fundação Síndrome de Down de Campinas, la contratación de personas con discapacidad en la fuerza laboral, la entrega de latas de aluminio a personas de escasos recursos y el derecho pro-bono.

Para ello, la participación de los colaboradores se da de forma activa y diaria, ya que son piezas fundamentales en este proceso. Otro punto que destacar es la atención de la firma a la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que estos objetivos forman parte de





las decisiones y agendas del equipo. «Cozatti Advogados entiende que los ODS son fundamentales para el desarrollo global, en el que los puntos clave son la erradicación de la pobreza, el hambre, con el fin de crear personas con mejor salud y bienestar, educación de calidad, agua potable, saneamiento básico y energía asequible. Con esto, la consecuencia se convierte en trabajo decente y crecimiento económico», señala.

La Dra. Carolina enfatiza que uno de los principales objetivos de la firma es contener el cambio climático y la emisión de dióxido de carbono a la naturaleza. «Así, nos preocupamos por la correcta disposición de los residuos, el reciclaje de materiales y el uso para artículos de oficina, como jarrones, tazas, posavasos,

cubiertas, cuadernos, entre otros», comenta. También se implementó una política para eliminar el consumo de papel, separar los residuos reciclables y entregar sellos de latas al Centro Boldrini para la compra de sillas de ruedas.

Además de la responsabilidad ambiental en busca de una sociedad más igualitaria — incluyendo iniciativas dirigidas al público interno, como la capacitación de los colaboradores, y también externamente— Cozatti Advogados tiene una asociación con una fundación para personas con discapacidad, a través de la cual contrata a estos profesionales para insertarlos en el mercado laboral, creando experiencia y estimulando nuevas áreas de conocimiento y dominio.

También se celebran conferencias dirigidas a empresas que se ofrecen gratuitamente al público en general. Asimismo, la firma participa en eventos y conferencias con socios, con el objetivo de ampliar el conocimiento. En cuanto a la seguridad de los datos, la firma dedica toda su atención. Con el fin de reducir o evitar quejas y mantener un ambiente de trabajo saludable, se realiza un análisis de riesgos de todas las actividades laborales relacionadas con las actividades de la organización.

Además, el trabajo se realiza en conjunto con profesionales de seguridad ocupacional para garantizar que las actividades se realicen de acuerdo con las normas reglamentarias, dentro de los límites estipulados por la ley y con el uso de EPI adecuados a cada función, investigación de denuncias e irregularidades con el fin de identificar y sancionar a los responsables.

También es importante mencionar el compliance enfocado en la responsabilidad social, que busca analizar todos los aspectos y acciones de la empresa que impactan en la vida de las personas (dentro y fuera de los muros de la empresa), así como los relacionados con los clientes de la firma, siendo fundamental para asegurar que se pueda satisfacer las necesidades y derechos de los consumidores.

La socia comenta que la tecnología es una realidad cotidiana. «Al fin y al cabo, somos la primera oficina de nuestra ciudad en tener una aplicación con

toda la información sobre los procesos, fechas de audiencias y dictámenes periciales, comunicación directa con los diversos sectores del despacho de forma rápida y sin burocracia, así como todos los temas financieros. Además de la APP, tenemos una página web con comunicación directa a través de WhatsApp para una respuesta automática del robot con IA», comenta.

La Dra. Carolina Cozatti menciona que tener una buena reputación corporativa es un punto fundamental para una alta y efectiva competitividad en el mercado. «Se trata de un concepto amplio, que engloba un conjunto de factores que van más allá de la imagen de la organización, siendo traducidos por la percepción que los grupos de interés tienen de la misma. Así, operamos con una certificación enfocada en la gestión del clima organizacional, que es un diferencial de mercado y busca una reputación intachable en el día a día», precisa.





UNA MISIÓN BRINDAR UN

SERVICIO EXTRAORDINARIO

Más de 12 años en el mercado dominicano, con la finalidad de brindar al cliente una experiencia diseñada a su medida. Esto incluye familias, inversionistas y constructores.

TEL. +1 (809) 478.0850

Edificio Torre Corporativa NC no. 366,
Marginal Núñez de Cáceres, Distrito Nacional.
WWW.MRHOME.COM.DO | @MRHOMERD

SONOMANIA

La actividad principal de Sonomania es el alquiler de equipos de sonido, iluminación y escenario para eventos, atendiendo a organizadores de empresas corporativas, culturales, deportivas, de entretenimiento y conciertos, agencias de publicidad y marketing, instituciones educativas y gubernamentales, entre otros.

El gerente general, Octavio de Jesús Cuéllar Vaca, explica que, a lo largo de la historia, la organización ha pasado por retos que han contribuido a la mejora continua, como el establecimiento de una sólida base de clientes. «Al inicio, la empresa tuvo que esforzarse para captar la atención de los clientes y ganar su confianza», recuerda.

Otros aspectos destacados son la expansión de los servicios, teniendo que diversificar el portafolio para satisfacer las necesidades de eventos más complejos e implementar estudios de mercado. Además, era necesario desarrollar relaciones estratégicas, con alianzas sólidas con los organizadores de eventos.

Sonomania también está comprometida con la Calidad Total, teniéndola como parte de su responsabilidad corporativa. Para ello, identifica los requisitos y expectativas de los clientes en cuanto a calidad, puntualidad y profesionalidad en la prestación de los servicios.





Además, la compañía ha implantado un sistema de gestión de la calidad que involucra a todos los miembros del equipo, aplicando evaluaciones periódicas de sus procesos para identificar oportunidades de mejora y optimización, y ofrece a los colaboradores formación y educación continua para garantizar su actualización.

«Promovemos una cultura de calidad y responsabilidad en toda la organización, alentando a los colaboradores a compartir sus ideas y sugerencias. Celebran reuniones periódicas para evaluar el rendimiento y la satisfacción del cliente, y reconocen y recompensan a los colaboradores que sobresalen en la prestación de servicios», garantiza el gerente.

Sonomania también tiene una visión clara de contribuir positivamente al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para ello, implementa iniciativas que buscan reducir su impacto ambiental, como el uso de equipos de alta eficiencia energética y la gestión adecuada de residuos.

Las acciones también están enfocadas en el cuidado del medio ambiente, con el uso de tecnologías ecológicas, ya que la

empresa apuesta por equipos de sonido e iluminación que sean eficientes en el consumo de energía y que reduzcan su huella de carbono, además de la adopción de políticas de reciclaje y concientización del equipo.

La empresa también aporta a organizaciones locales proporcionando servicios de sonido e iluminación en eventos benéficos y culturales que contribuyan positivamente a la comunidad. La empresa promueve la inclusión social y la diversidad en sus equipos de trabajo, brindando oportunidades de empleo.

Octavio Cuellar llama la atención sobre la implementación de medidas para garantizar la seguridad de los datos de los clientes y cumplir con la normativa aplicable en materia de protección de datos. Además, promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo que genera el bienestar y la satisfacción de sus colaboradores.

Otros puntos que destaca el gerente general y que forman parte de las acciones de Sonomania son: comunicación efectiva, reconocimiento y recompensas, y relaciones de confianza. «Sonomania fomenta relaciones de confianza con sus proveedores, asegurándose de establecer acuerdos y compromisos claros que beneficien a ambas partes», asegura.

El empresario concluye afirmando que la empresa reconoce la importancia de una buena reputación corporativa, ya que no solo genera confianza entre clientes y proveedores, sino que también atrae nuevos clientes y socios comerciales: «Una sólida reputación corporativa es un activo intangible valioso que ayuda a diferenciar a Sonomania en un mercado competitivo y contribuye a su crecimiento sostenible».



NOBRE/INFORMACAO

*Soluções jurídicas
seguras e inovadoras*



VICENTE ROMERO
— ADVOGADOS —



☎ 17. 98182-9091 | www.vicenteromero.com.br |   @vicenteromeroadvogados

MEXSHIPPING AGENCIA

Ubicada en México, Mexshipping Agencia S.A. de C.V. brinda asesoría legal en servicios de gestión de comercio exterior y transporte marítimo, enfocándose en agentes de buques, agentes de carga, agentes de husbandry (mantenimiento de buques), fletamentos marítimos, transporte de mercancías, cambios de tripulación, importación/exportación de refacciones, coordinación de salvataje y soluciones logísticas.

Mexshipping Agency fue creada en 1998 gracias al continuo crecimiento de los puertos mexicanos y la constante necesidad de una agencia naviera que se destacara por brindar un servicio

de excelencia, de clase mundial, que desarrollara relaciones con los clientes basadas en la confianza y el profesionalismo con un equipo experto, honesto y confiable en el negocio marítimo en México.

De esta manera, la empresa cumple con su misión a través de la experiencia gerencial y la dedicación a brindar servicios oportunos y de alta calidad, brindando comunicaciones constantes contodaslaspartes,comprometiéndose con las necesidades especiales de cada uno de los clientes y ofreciendo operaciones rentables, confiables y ambientalmente responsables.





Uno de los principales retos de la organización es mantener un servicio ágil, con respuestas en menos de 24 horas, y la implementación de un servicio integral. Para ello, se presta especial atención a la calidad de todas las actividades. Una de las herramientas utilizadas es la aplicación de encuestas a clientes, además de un equipo humano, con programas de mejora continua.

La trayectoria de la organización es otra característica que contribuye a la calidad, ya que cuenta con conocimiento de los puertos mexicanos y de los requerimientos locales. Además, produce informes precisos y oportunos sobre las perspectivas de atraque, la alineación de los buques, las operaciones de los buques, los

viajes y más, así como la supervisión portuaria y la planificación previa de las operaciones con todas las partes involucradas.

Esta relación también incluye la coordinación con un agente de aduanas para el despacho de carga; coordinación con estibadores y jefes durante las operaciones de carga, recepción, entrega e inspección; declaraciones detalladas y precisas de los hechos; despacho eficiente de los documentos de carga; estimación precisa de los PDAs de costos portuarios; y un procesamiento transparente y eficiente.

En medio de esto, la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es fundamental para que la



compañía siga siendo líder en el sector, con metas firmes en hacer negocios. En cuanto a las acciones ESG —acrónimo para Ambiental, Social y de Gobernanza, Mexshipping Agencia SA de CV sigue siendo una empresa ecológicamente responsable.

Otro punto por destacar es la visión respecto a la Responsabilidad Social Corporativa, que ocupa un gran espacio en las decisiones de la empresa. Para ello, se apoyan las actividades deportivas y los activistas sociales. Todo ello sin dejar de lado la ética, imprescindible para el desarrollo de negocios responsables. Según la empresa, en este campo

se realizan revisiones periódicas y auditorías internas.

La empresa también contribuye a la satisfacción de colaboradores y proveedores, con el desarrollo de actividades altruistas con la comunidad y la conexión del colaborador con las necesidades de sostenibilidad tangible de la empresa. En definitiva, estas acciones forman parte de una buena gestión. «Vigilamos el entorno con clientes, proveedores y autoridades portuarias y municipales velando por la buena imagen y reputación de la empresa», concluye la organización.



MEXSHIPPING
AGENCIA S.A.de C.V.



MEXSHIPPING

AGENCIA S.A.de C.V.



Nuestros servicios



Agentes de buques



Transporte logístico e internacional



Importación y exportación



Re-expedidores de carga



Servicios aduaneros



Cambios de tripulación y refacciones



Fletes marítimos y corretaje



Consultores de comercio internacional



Supervisión de salvataje

www.mexshipping.com

BIO CELL TERAPIA CELULAR

BioCellesunaempresaquerealizaterapia con células madre mesenquimales en perros, gatos y caballos. Con el objetivo de combinar la promoción de la calidad de vida de las mascotas con los avances biotecnológicos, la organización, que está ubicada en Brasilia, en el Distrito Federal, Brasil, tiene como principal público a personas que tienen mascotas como familiares.

La gerente general Patrícia Furtado Malard explica que, para la mejora continua, la gestión de la Calidad Total de la empresa se enfoca en brindar un excelente servicio a los clientes, buscando comprender sus dolores y necesidades para luego resolverlos.

Para ello, se llevan a cabo terapias individualizadas y protocolos de atención.

«También buscamos la inclusión de nuestros colaboradores en el proceso, realizando capacitaciones, capacitaciones y reuniones constantes con la presentación de los resultados obtenidos en la terapia», comenta, mencionando también los procedimientos operativos, trazabilidad de los procesos y documentación de registros y formularios.

Para ello, los colaboradores reciben formación y cualificación constantes, tanto técnica como conductualmente.



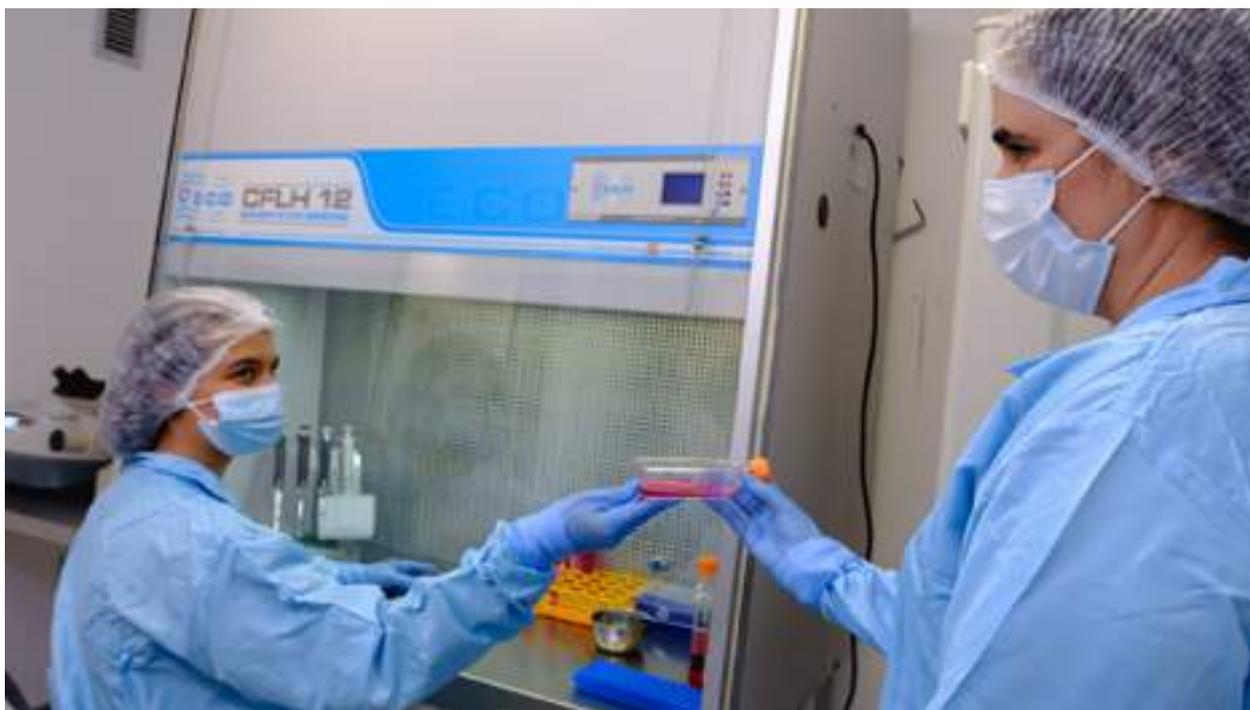


La herramienta utilizada para registrar las no conformidades ayuda en la construcción de discusiones basadas en la mejora constante de los procesos. «Entendemos que la gestión del comportamiento está estrechamente relacionada con el logro de la excelencia en nuestros servicios, además del conocimiento técnico», comenta Patricia Furtado, destacando la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): «El equipo de Bio Cell entiende que el desarrollo sostenible se basa en varios pilares y la organización de estos objetivos es importante para que cada objetivo se logre, de ahí la importancia de una agenda de ODS.

Respecto a los objetivos señalados internamente, están la promoción de la salud y el bienestar, el trabajo decente para el crecimiento económico y la innovación», especifica la CEO.

Para la compañía, la salud y el bienestar de un individuo están estrechamente relacionados con la calidad de vida y la salud mental de toda la familia, incluidas las mascotas, que actualmente son miembros de la familia. La empresa busca llevar calidad de vida a la mascota y, en consecuencia, a la familia, ayudando en la salud mental y el bienestar de todos.

«Seguimos enfocados en mantener un ambiente de trabajo acogedor, con el objetivo de contribuir a la calidad de vida de nuestros colaboradores y, en consecuencia, trabajar en un trabajo decente que genere crecimiento económico. Al promover la salud y el bienestar y garantizar el trabajo decente, creemos que es posible contribuir al proceso de desarrollo sostenible», observa.



Por último, el concepto de innovación es algo arraigado en la empresa, siendo parte de la cultura. La CEO señala que sería imposible trabajar con nuevos enfoques biotecnológicos sin innovación. «Estamos en constante crecimiento, tenemos un área de investigación y desarrollo que trabaja constantemente para innovar, trayendo más beneficios a la sociedad», comenta.

Los procesos internos se basan en políticas administrativas que combinan el desempeño femenino (la CEO, la coordinadora de P&D, la supervisora y la técnica de laboratorio son mujeres), programas de auditoría constantes e incentivos para la formación de líderes. Además, trabajamos de acuerdo con las leyes laborales, garantizando los derechos de nuestros colaboradores para que tengamos relaciones duraderas y sanas.

La empresa se basa en valores como la ética, la integridad, la excelencia en la prestación de servicios, así como la honestidad con clientes, socios y colaboradores. De esta manera, la cultura de la empresa se basa en la transparencia, ya que la visión es que esta es la única forma de tener un ambiente de trabajo saludable con personas comprometidas y generando excelentes resultados.

Patrícia concluye destacando que, con más de 20 años de experiencia en emprendimiento y gestión de personas, la gerente de Bio Cell se esfuerza por mantenerse actualizada constantemente. «Con el enfoque activo del contacto directo con los colaboradores a través de reuniones semanales, es posible tener un diagnóstico real del desempeño de la empresa y su reputación. Estos factores son primordiales para mantener un ambiente de trabajo favorable, tranquilo, organizado y entregar excelencia a nuestros clientes».

Você, seu pet e a célula-tronco



Mais qualidade de vida
para o pet, o tutor
e a família

bio cell



LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

QUALITY MAGAZINE EDICIÓN 270

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



WWW.LAQI.ORG