

# QUALITY

MAGAZINE



**JAVIER ESPADA**

EL TRIPLE IMPACTO EMPRESARIAL

**RENATO MÉNDEZ**

RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS  
(DESDE LA PERSPECTIVA RENATO MÉNDEZ)

**DAVID LUENGAS**

RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS  
(DESDE LA PERSPECTIVA DAVID LUENGAS)

**JORGE ARIAS ROMERO**

¡LA CULTURA ES LA MÁXIMA  
PRIORIDAD!

**NOTA CENTRAL**

**ALVARO  
BAZÁN**

DIRECTOR GENERAL EN FUNDACIÓN EMPRENDER BOLIVIA

# EDITORIAL

**04** **PALABRAS DEL PRESIDENTE**  
DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

**06** **GESTIÓN DE CALIDAD**

**08** **EL TRIPLE IMPACTO EMPRESARIAL**  
JAVIER ESPADA

**10** **RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS**  
DESDE LA PERSPECTIVA RENATO MÉNDEZ  
RENATO MÉNDEZ NAVARRO

**12** **RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS**  
DESDE LA PERSPECTIVA DAVID LUENGAS  
DAVID LUENGAS

**14** **¡LA CULTURA ES LA MÁXIMA PRIORIDAD!**  
JORGE ARIAS ROMERO

**18** **NOTA CENTRAL**

**20** **ALVARO BAZÁN**  
DIRECTOR GENERAL EN FUNDACIÓN EMPRENDER BOLIVIA

**22** **REPORTAJES**

**24** **BEST DOCTORS S.A.**  
EMPRESA DE MEDICINA PREPAGADA  
SERVICIOS DE SALUD

**26** **GRUPO KC**  
AGENTE DE SEGUROS  
ASEGURADORA

**30** **CARLOS LORENZANA Y ASOCIADOS S.A DE C.V.**  
CONSULTORIA ESPECIALISTA EN ESTRATEGIAS ELECTORALES

**34** **HEMOCENTRO MALDONADO**  
CENTRO DE MEDICINA TRANSFUSIONAL

**36** **LABORATORIO GÜEMES**  
LABORATORIO DE ANÁLISIS BIOQUÍMICOS

**38** **MANAGING FACTORY**  
INSTITUTO UNIVERSITARIO / FORMACIÓN TÉCNICA

**40** **PONTELLO ADVOCACIA**  
CONSULTORIA E ASESORIA JURÍDICA

**42** **TRANS AQUINO**  
TRANSPORTANDO COM SEGURANÇA!  
SERVICIOS DE TRANSPORTE

**44** **KAEDO GROUP COSMÉTICOS EIRELI**  
PRODUTOS COSMÉTICOS

**46** **FRANÇA & MORAES SOCIEDADE DE ADVOGADOS**  
BUFETE DE ABOGADOS

**48** **FAINOR**  
FACULDADE INDEPENDENTE DO NORDESTE  
CENTRO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**52** **EASY-WAY**  
EXCELÊNCIA EM SISTEMAS TRIBUTÁRIOS  
CONSULTORIA TRIBUTARIA



## DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

CEO & FOUNDER  
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

### CHIEF COMMUNICATION OFFICER

OMAR CIENFUEGOS  
omar@laqi.org

### DIRECTOR GENERAL QUALITY MAGAZINE

JUAN LUIS CORREA  
jlcorrea@laqi.org

### PRESS EDITOR

CARLO CHAVEZ  
carlo@laqualityinstitute.org

### HEAD OF ART

RUDY BERROCAL  
rudy@laqualityinstitute.org



# ESTIMADOS LAQINOAMERICANOS

Como es costumbre, le traemos a su alcance una nueva edición de la Quality Magazine, en la cual mantenemos la misma línea de intención de hacer llegar a ustedes las herramientas necesarias dentro de los artículos presentados en esta revista, que les servirá para su desarrollo tanto personal como el de su empresa basándonos siempre en las 17 ODS de la ONU.

Manteniendo la temática respecto a RSE contamos nuevamente con la participación de Javier Espada quien nos habla del Triple Impacto Empresarial. David Luengas y Renato Mendes escriben sobre la RSE y el Impacto en los Negocios. Finalmente Jorge Arias nos habla de la cultura como la máxima prioridad.

En esta oportunidad tenemos como Reportaje Central a Álvaro Bazán Auza, quien nos comenta sobre su fundación y la importancia de LAQI dentro del empresariado boliviano.

Sin más me despido, deseando que esta nueva edición continúe la línea de anteriores ediciones y sea de su aprovechamiento profesional y empresarial.

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA, DHC  
CEO & FOUNDER  
Latin American Quality Institute



Correo Electrónico:  
servicioalcliente@prevision.com.bo

# BBVA Previsión AFP



Siempre a la vanguardia tecnológica

Sucursal Virtual

www.prevision.com.bo

# GESTIÓN DE CALIDAD

# SS WHITE

**DUFLEX**

[www.sswwhite.com.br](http://www.sswwhite.com.br)

**(21) 2122-9303**



# EL TRIPLE IMPACTO EMPRESARIAL

+591 75498870  
javiespadavalenzuela@gmail.com  
www.responsabilidadsocialbcp.com



**JAVIER ESPADA**  
SUB GERENTE NACIONAL ADJUNTO DE RSE-BCP

Usualmente cuando pensamos en Sostenibilidad, nos enfocamos en uno de sus aspectos, ya sea el económico, social o ambiental y no pensamos en acciones que contengan un triple impacto. Pero cuando actuamos con conciencia social, nos damos cuenta que existe una estrecha relación entre estos tres temas y que no pueden separarse. El objetivo que debemos buscar es obtener un equilibrio.

Entonces, resulta un verdadero desafío ser eficientes con los recursos (que son cada vez mas reducidos) y que al mismo tiempo nos reporten un triple beneficio. Durante la exposición, explicaré brevemente que hay dos pasos para conseguirlo.

Primero, concentrarnos en aquello formal que sirve de base para establecer enfoque y priorización, vale decir: Políticas, manuales, estrategias y planes. Segundo, definir qué acciones cumplen con estos elementos para que sumen a la gestión sostenible dentro de la organización. No existe una receta para esto y el análisis dependerá del tipo de organización, pero se presentará algunas experiencias locales que han dado resultado.



Afortunadamente contamos con una hoja de ruta llamada Objetivos de Desarrollo Sostenible. Entre los que estudiaremos, haré referencia a 4 de ellos:



**ODS 10**  
REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible No. 10 nos invita a pensar precisamente en un equilibrio en cuestiones de género a través de la reducción de las desigualdades. Pocas veces creemos que la violencia contra las mujeres, por ejemplo, tiene un costo económico para la organización y si tomamos acciones para prevenirla o reducirla (gestión interna y externa) no solo obtendremos resultados sociales, sino también financieros ya que el ausentismo o el presentismo representan un alto costo para la organización.



**ODS 12**  
PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES.

El Objetivo No. 12 tiene que ver con la manera en que producimos los productos que ofrecemos en el mercado, mejorando las condiciones de trabajo de los no sólo que obtendremos un beneficio social, sino también económico (por los riesgos de multas o accidentes) e inclusive ambiental (produciendo con ahorro y eficiencia energética).



**ODS 13 Y 15**  
ACCIÓN POR EL CLIMA Y VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.

Ocurre lo mismo con Objetivos que son netamente ambientales, como el caso de los No. 13 y 15. Efectuar gestión en estos Objetivos nos permite no sólo un resultado ambiental, sino también social y económico porque "sin Planeta no hay negocios". Como conclusiones se planteará: buscar enfoque, formalizar las acciones a través de políticas, establecer lineamientos internos y priorizarlos, evaluar las acciones para medir su impacto, mejorarlas o en su caso descartarlas en la siguiente gestión.



# RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

DESDE LA PERSPECTIVA RENATO MÉNDEZ

+51 989117840

rmgymster@gmail.com

www.renatomendez.com



**RENATO MÉNDEZ NAVARRO**

ESPECIALISTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Cuando perdemos el enfoque de nuestros principios nuestras decisiones siempre serán equivocadas.

Mientras exista la desigualdad creada por los hombres existirán los conflictos sociales y mientras el hombre sea indiferente a su papel como responsable del cuidado de nuestro planeta, no tendremos mucha esperanza en el futuro.

Esforzarnos por buscar que cada persona tenga las mismas oportunidades que cualquiera es un reto. Es un trabajo que concierne no solo a los estados de gobierno, sino también a las empresas y a cada familia en su responsabilidad de formación cultural y educativa de sus miembros.

El cuidado, respeto por lo demás, es el inicio de todo crecimiento en igualdad de oportunidades. Todos somos iguales, debe ser nuestra premisa.

Esa formación empieza en identificar en nuestra identidad natural racionalmente, cuál es nuestro papel en este mundo, ello desde el cuidado del medio ambiente, de la tierra, del buen uso de sus recursos, hasta el rol que debemos tener unos para con otros, un papel de respeto e igualdad.

Estaremos reflexionando sobre ello estudiando algunos objetivos de Desarrollo Sostenible.



**ODS 10**

REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

La comunidad internacional ha logrado grandes avances sacando a las personas de la pobreza. Las naciones más vulnerables –los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo– continúan avanzando en el ámbito de la reducción de la pobreza. Sin embargo, siguen existiendo desigualdades y grandes disparidades en el acceso a los servicios sanitarios y educativos y a otros bienes productivos.



**ODS 12**

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

El consumo y la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza.



**ODS 13**

ACCIÓN POR EL CLIMA

El cambio climático afecta a todos los países en todos los continentes. Tiene un impacto negativo en la economía y la vida de las personas, las comunidades y los países.

Las personas viven en su propia piel las consecuencias del cambio climático, que incluyen cambios en los patrones del tiempo, el aumento del nivel del mar y los fenómenos meteorológicos más extremos. Las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por las actividades humanas hacen que esta amenaza aumente. De hecho, las emisiones nunca habían sido tan altas. Las personas más pobres y vulnerables serán los más perjudicados.



**ODS 15**

VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.

El 30% de la superficie terrestre está cubierta por bosques y estos, además de proporcionar seguridad alimentaria y refugio, son fundamentales para combatir el cambio climático, pues protegen la diversidad biológica y las viviendas de la población indígena. Cada año desaparecen 13 millones de hectáreas de bosque y la degradación persistente de las zonas áridas ha provocado la desertificación de 3600 millones de hectáreas.

Considerando esta breve información, es que debemos reflexionar como líderes en nuestras áreas, primero internalizando conceptos racionalmente válidos que son parte de principios de vida y luego aportar nuestro grano de arena en la sociedad.

# RSE E IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

DESDE LA PERSPECTIVA DAVID LUENGAS

+52 55 3683-7000

dluengas@bcysa.com.mx

www.bcysa.com.mx



**DAVID LUENGAS**

DIRECTOR EN CALIDAD Y RSE BCYSA

En el panorama actual de los negocios las organizaciones están enfrentando exigencias y requerimientos del cliente y partes interesadas cada vez más estrictos y precisos, con tiempos de entrega exactos, precios justos, cero defectos en la calidad de los productos, relación favorable con el medio ambiente, así como la provisión de una atmosfera favorable para la seguridad y salud en el trabajo que logre la integridad del personal. En algunos casos estos requerimientos se encuentran establecidos contractualmente, incluyendo penalizaciones por incumplimientos, ante esta imperiosa necesidad algunas organizaciones han generado estrategias que le permiten dar cumplimiento a estos requisitos y con ello asegurar su razón de ser y generar riqueza bajo una perspectiva responsable y sustentable. Bajo esta perspectiva se tiene implícito el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente, ya que a través de ello las organizaciones podrán garantizar su razón de ser hoy y en el futuro.

La estrategia clave para lograrlo es la contribución en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la cual establece una visión transformadora desde una perspectiva económica, social y ambiental.



La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible a través de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un llamado universal a la adopción de medidas para erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todos los seres humanos gocen de paz y prosperidad.

Los ODS 10, 12, 13 y 15 permiten a las organizaciones hacer patente la sustentabilidad dentro del contexto organizacional, lo cual impacta directamente en el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente.

## **ODS 10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

La reducción de las desigualdades permitirá el desarrollo social y económico. No se tiene un desarrollo sostenible si excluimos a aquellos actores que son parte del cambio, las desigualdades amenazan el desarrollo social, económico y ambiental, resolver estas problemáticas permiten erradicar la pobreza y el hambre, así como contribuir en el ámbito de la salud, educación, protección social y generación de empleos a favor de las comunidades vulnerables.

## **ODS 12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

El consumo y la producción responsable consiste en fomentar el uso eficiente y eficaz de los recursos y la energía, la implementación de procesos y la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente permiten un alto desempeño en la productividad, estas acciones se traducen en una mejor calidad de vida, en un alto desempeño ambiental y en consecuencia en una mejora de la competitividad.

## **ODS 13** ACCIÓN POR EL CLIMA

El cambio climático afecta a todos los seres vivos del planeta, este tiene un impacto negativo en los ecosistemas, comunidades y la economía, y por ende se convierte en una amenaza para la sustentabilidad, en este marco se hace necesario y urgente adoptar estrategias que protejan, preserven y mejoren el medio ambiente, convirtiéndose estas en un desafío global.

## **ODS 15** VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.

La vida de los ecosistemas terrestres garantiza el desarrollo sustentable, debido a ello es de vital importancia implementar acciones para detener la degradación de las tierras y la desertificación en pro de beneficiar a los organismos vivos y su medio físico, con lo cual paralelamente se podrá hacer frente a los efectos del cambio climático y reducir la pérdida de hábitats naturales y la biodiversidad, que son parte del patrimonio común de la humanidad.

**«EN CONCLUSIÓN, SE REQUIERE QUE LAS ORGANIZACIONES SEAN UN AGENTE DE CAMBIO Y PARA ESTE PROPÓSITO ES NECESARIO ADECUAR LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES TENIENDO PRESENTE EL ENFOQUE SUSTENTABLE COMO MEDIO PARA GARANTIZAR EL ÉXITO GLOBAL»**

# ¡LA CULTURA ES LA MÁXIMA PRIORIDAD!

+52) 33 3615 3471

direccion@cehu.com

www.cehu.com



**JORGE ARIAS ROMERO**

DIRECTOR GENERAL DE  
CONSULTORÍA EMPRESARIAL HUMANA

Pasan los años y su empresa sufre muchas transformaciones y usted con su comportamiento y acciones va formando la mística de su negocio. Hace poco tiempo, después de impartir un diplomado de liderazgo para directivos, se me acercó una persona del grupo y me comentó: «Me gustó mucho lo que dijiste sobre la necesidad de que cada uno de nosotros desarrolle una cultura de liderazgo dentro de nuestras organizaciones». Tener en cuenta que la cultura de su organización es el ADN de ésta, es lo que le da la posibilidad de crecimiento por encima del nivel esperado.

Una de las ventajas competitivas sostenibles para las empresas del futuro es su gente y su cultura, lo he repetido en cada foro de conferencias donde me presento ante cientos de empresarios. Cuando las empresas contratan a CEHU, para el desarrollo y crecimiento de las mismas, una de las primeras cosas que observamos y en que nos concentramos es el desarrollo de una cultura que privilegie:

- El aseguramiento de un plan de negocios.
- La cultura de la organización que permita que el primer propósito se cumpla por encima de lo esperado.

¿Por qué? Porque todo resultado proviene de una cultura y está determinado por ésta. Sus competidores copiarán sus productos si son excelentes, imitarán su nivel de servicio si éste es diferenciador en el mercado, querrán tener una marca ganadora como la suya si ésta comunica y transmite congruentemente lo que le da a sus clientes.

Es su cultura lo que vuelve especial a su empresa. La cultura de su organización es la que determina e impulsa sus estándares de comportamiento y actuación en el mercado. Es su cultura lo que le dice a la gente lo que es urgente e importante, lo que es aceptable e inaceptable, los que permiten que los valores de su empresa se practiquen en forma consistente y se cumpla cabalmente y al pie de la letra la filosofía y el modelo mental de su organización. ¡Así de simple!

Así que, en el futuro, piense muy bien la forma en que lidera, pues la mayor ventaja competitiva en el futuro quizá lo sea el desarrollar **¡Una Cultura de Liderazgo!** ¿Está preparándose para ello? ¿Trabaja actualmente en ello?

Sé que muchos empresarios y en muchas empresas éste concepto puede sonar romántico y

buscan los resultados tangibles a toda costa sin importar el «cómo» se logran, dando al traste en poco tiempo con el compromiso individual y colectivo de los colaboradores. Después viene la molestia y el comentario de muchos empresarios, de que el factor humano en la empresa, es sin duda su talón de Aquiles, cuando en realidad, como lo he dicho siempre **¡No hay pelotones débiles, sino líderes débiles!**

Usted no debe dejar éste tema de lado tan fácilmente, por el contrario, debe hacerse la idea de que mientras no logre generar una identidad propia, a través de una vocación clara hacia una ejecución de excelencia y altos estándares de ejecución, no podrá ir más allá que el simple hecho de participar como uno más, en el segmento en que se encuentra.

Sé perfectamente que hacer una cultura de éste tamaño lleva años y años de buen trabajo y una clara orientación a servir en un nivel superior a quienes se debe: Sus clientes. Pero si no hace esto por convicción, entonces debe preguntarse el propósito por el cual está usted haciendo lo que hace ahora mismo. Cada empresario deberá encontrar sus respuestas y el consejo que puedo darles por igual, es que mientras no nos concentremos en producir liderazgos de excelencia, coherentes con lo que se dice y lo que se hace, y con una vocación, insisto, que privilegie altos estándares de ejecución, seguirá siendo como muchos: **¡Del montón!**

## ¿CÓMO PUEDE GENERAR UNA CULTURA?

### CONGRUENCIA

Un nivel de actuación fuera de serie, orientado a asegurar que los valores de la empresa se practiquen cada día por todos los trabajadores, es quizá la mejor manera de hacer una cultura de excelencia en la empresa.

### ALTOS ESTÁNDARES

Sabedores que se tiene el talento de su lado, permita que sus colaboradores lo expongan, bajo la premisa de alcanzar indicadores de desempeño, por encima de lo esperado. Como siempre digo, den toneladas de responsabilidad a su gente, para que ésta pueda atreverse a desencadenar su potencial y a mostrar su grandeza.

### RECONOCIMIENTO

John Abele, fundador de la multibillonaria Boston Scientific dijo una vez, **«Tienes aquello que celebras»**, y tiene toda la razón, pues las personas se motivan por aquello que se les reconoce. No es la realidad de nuestros empresarios en el país, pero si hay quien se orienta a compartir con sus colaboradores, no solo la celebración del triunfo, sino también parte de sus utilidades, cuando se superan con creces los objetivos y metas que se trazan previamente. Un comportamiento premiado es uno que se repetirá. Usted tiene la obligación de atrapar a la gente cuando hace las cosas bien, es por ello que dentro de nuestros sistemas de alineación ponemos especial atención y cuidado a la alineación del factor de compensaciones con relación a su plan estratégico.

## COMUNICACIÓN Y CONVERSACIONES ADECUADAS

En nuestros procesos de entrenamiento en liderazgo y en nuestros Diplomados, pongo siempre especial énfasis en decirle a los ejecutivos, que cuiden mucho lo que dicen frente a sus empleados y colaboradores, pues la gente se convierte en aquello de lo que hablan sus líderes. Si usted no desea que se olviden de su visión, pues hable de ella constantemente y en cada ocasión que se pueda, así sea en la junta operativa con las personas de la línea de producción o ventas, con el personal administrativo o en sus juntas de administración y ejecutivas. Usted, necesita «evangelizar» constantemente aquello que defiende, y ésta es una de sus obligaciones como Directivo que es.

## INVERSIÓN EN ENTRENAMIENTO

No se puede dar la creación de una cultura de excelencia sin el desarrollo de sus empleados y colaboradores. Si usted sabe que el recurso principal de su empresa es su gente, entonces obliguese a crecerlos y a desarrollarlos. Es de sentido común, invertir en tu principal recurso así que, dispóngase a realizar permanentes Diplomados y Talleres de liderazgo para inculcar los valores que pretende alimentar y crear, de esa manera, una cultura de liderazgo en sus mentes y corazones.

## CONTAR HISTORIAS DE ÉXITO

Usted, quien comenzó el negocio años atrás, es un caso de éxito, contar del esfuerzo que tuvo que hacer, del trabajo duro, de las tantas dificultades que tuvo que sortear, representan un caso de éxito que soporta la cultura de la organización. Relatar su propia historia, ayuda a que los ideales de la empresa, se cristalicen en el corazón de sus empleados. **¡Hágalo cada que pueda!**

## MODELAR CON EL EJEMPLO

Nada tan grato a los ojos de los demás, como seguir a un líder congruente, auténtico y con un alto grado de autenticidad. Usted como directivo no podrá exigir niveles de excelencia en la ejecución, si la suya no es del mismo tamaño. Siempre les digo a quienes se entrenan en liderazgo conmigo éstas premisas básicas para convertirse en un líder de alto desempeño:

- Asegúrese de que cada persona que llegue a usted, siempre se vaya mejor de cómo ha llegado.
- Conviértase en esa persona que usted quiere que otros sean, o no logrará mucho ni en lo individual ni en lo colectivo.
- Dé ejemplo de grandeza a nivel de 360°, pues a las personas nos gusta seguir a la gente exitosa.

No es fácil el camino, exige entrenamiento y práctica constante. Exige supervisión y aseguramiento para alcanzar un alto nivel de desempeño:

- A partir de aprender a liderarse a sí mismo, excepcionalmente bien.
- A partir de evaluar su desempeño como líder.
- A partir de practicar diariamente las premisas básicas de servicio a 360°

Una cultura, se genera por la actuación consistente y a nivel de excelencia de todos los líderes de la organización y es por ello que debe multiplicar la formación de líderes en todos los niveles existentes en la empresa, no sólo al personal con mando, sino a todos aquellos que tengan en su mente la vocación de servir, en un nivel fuera de lo común.

Jorge Arias Romero.



TELÉFONOS  
3 3597924  
+591 60600055, +591 70799249  
E-MAIL: SKYTEAM\_BOLIVIA@HOTMAIL.COM

DIRECCIÓN  
SANTA CRUZ - BOLIVIA HANGAR 10B AEROPUERTO "EL TROMPILLO"  
COCHABAMBA - BOLIVIA CALLE JUAN ONDARZA LARA S/N  
HANGAR A07 AEROPUERTO TRINIDAD - BENI

Cada empresa es diferente y exige por tanto, soluciones concretas y específicas a sus necesidades. Somos un grupo empresarial con una trayectoria de 38 años en el sector de transporte, apoyo al tránsito, salud y asesoría jurídica. Holding VML cuenta con un equipo multidisciplinario con acreditada experiencia en todos los aspectos vinculados con su empresa, aliado altamente especializado para superar con éxito todos los retos que demanda el mercado actual.

WWW.HOLDINGVML.COM



# NOTA CENTRAL

**KELLY**  
SERVICES

**ESTA ES TU CARA CUANDO**

**Tus procesos de recursos humanos y objetivos no están alineados**



## ENFRÉNTALO

Esto podría generar altos costos para tu empresa.

En Kelly Services sabemos la importancia y el gran reto que tiene tu empresa para optimizar y mejorar los procesos de Recursos Humanos que aporten el valor necesario para hacer crecer tu compañía.

A nivel mundial desde hace más de 70 años, hemos sido aliados de las organizaciones que buscan impulsar su estrategia de Capital Humano a través de soluciones innovadoras que se ajustan a las necesidades de cada empresa.

**¿CUÁL ES TU DESAFÍO DE RECURSOS HUMANOS?**

**+25** AÑOS DE EXPERIENCIA EN MÉXICO

### Verticales especializadas:

- Oil & Gas
- Automotriz
- High Tech
- Pharma
- Financiera
- Aeroespacial

### Industrias adicionales:

- Metalurgia
- Bienes de Consumo
- Servicios
- Logística
- Retail
- Minería
- Bienes Raíces
- Manufactura
- Investigación y Desarrollo
- Educación
- Hotelería

### CONTÁCTANOS:

(01) 55 3002 5700 ext. 6884  
empresas@kellyservices.com  
www.kellyservices.com.mx

# ALVARO BAZÁN



DIRECTOR GENERAL EN FUNDACIÓN EMPRENDER BOLIVIA

+591 4 6638623 ext. 602

+591 78255555

alvaro.bazan@emprender.org

## FUNDACIÓN EMPRENDER

EMPRENDER es una fundación que trabaja por el buen desarrollo de la educación el emprendimiento y la responsabilidad social empresarial en Bolivia, siendo reconocida por su buena labor en ese aspecto y el constante desarrollo que viene teniendo de la mano de su Director Ejecutivo, el Sr. Álvaro Bazán Auza, que en esta edición nos brinda una entrevista donde conoceremos más sobre la fundación.

### ¿QUÉ ES LO QUE REPRESENTA EMPRENDER EN BOLIVIA?

Somos una pequeña Fundación Nacional con base en Tarija, hemos llegado con nuestros proyectos tan lejos como El Alto y Santa Cruz, además de Cochabamba y Sucre, esperamos haber hecho un trabajo relevante para los participantes de nuestros programas, finalmente serán ellos quienes nos recuerden y evalúen.

Todos nuestros proyectos buscan esencialmente ser parte del movimiento por la sostenibilidad y el medio ambiente, pero considero que nuestra participación en el Foro del Chaco Sudamericano, donde trabajamos por el desarrollo del Chaco y en especial de las cuencas del Pilcomayo y Bermejo son el mejor ejemplo de integración inter institucional multinacional por la sostenibilidad.

Hasta hace un par de años, mi persona fungía como el Punto Focal del Pacto Global en Bolivia, con mucho orgullo puedo decir que hemos pasado la posta a la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia, dando un paso fundamental en la construcción de una plataforma empresarial e institucional que está desarrollando los ODS, como Fundación somos parte de esa plataforma, además de forma institucional, nuestras capacitaciones en RSE siempre involucran las temáticas relacionadas a los ODS y cómo las empresas pueden aportar a su desarrollo e implementación.

En el caso de las organizaciones de la sociedad civil, es muy fácil medir la percepción de nuestros públicos de interés, ya que según seamos relevantes y nuestras actividades pertinentes, seremos convocados para intervenir, participar y trabajar por la sociedad; por lo contrario, si dejamos de ser relevantes, no somos tomados en cuenta y dejamos de funcionar.

Trabajamos para que nuestros proyectos cumplan con sus objetivos y con los mandatos de los donantes, es la mejor forma de garantizar la fidelidad de nuestros públicos de interés. No significa que siempre lo logramos, pero somos honestos con los públicos de interés, y siempre hacemos nuestro máximo esfuerzo.

### ¿QUÉ IMAGEN EMPRENDER HA ALCANZADO EN BOLIVIA?

Es difícil auto evaluarse y puede parecer arrogante, solo podemos decir que fuimos parte de los engranajes que movieron las causas del Emprendimiento y la RSE en Bolivia. Muchas otras organizaciones trabajaron con nosotros mano a mano, y muchas instituciones y organizaciones financiaron nuestras actividades, vivimos ciclos de mucho trabajo y otros donde fue muy difícil sobre vivir, pero estamos dejando una semilla en cada paso que damos.

Lo más representativo de la fundación fue sin lugar a dudas el trabajo con tres instituciones: el COBORSE, desde donde construimos el movimiento de la RSE en Bolivia; Junior Achievement, con quienes llevamos educación emprendedora a más de 150 mil niños y jóvenes del país; y finalmente, YouthBusiness International, con quienes apoyamos la creación de más de 100 empresas de jóvenes en Bolivia.

La Fundación siempre ha trabajado en Emprendimiento y RSE, vamos a seguir llevando el estandarte por toda Bolivia, buscando que cada vez más instituciones, empresas y personas participen en la cruzada.

A partir de este año vamos a hacer mucho énfasis en la participación de la mujer en todos nuestros programas, creemos que la revolución que viene es la revolución de la participación activa y real de la mujer en todos los ámbitos sociales y económicos.

### ¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE LO REALIZADO POR LAQI DENTRO DEL EMPRESARIADO BOLIVIANO?

LAQI y su modelo LAEM son excelentes difusores de la RSE y Calidad Total, han sabido llevar a diferentes partes de LATAM y el Caribe, un mensaje unificado y poderoso, que permite que las empresas se sientan parte de una comunidad comprometida con la sociedad y la calidad.

He quedado impresionado con el grado de compromiso de las empresas e instituciones que participan del Bolivia Quality Summit, son en general empresas nacionales de mediano y gran porte que están construyendo poco a poco una comunidad responsable y comprometida. El BQS es una excelente caja de resonancia para el mensaje de la RSE.





# REPORTAJES



## ASSOCIAÇÃO DE FRIGORÍFICOS DE MINAS GERAIS, ESPÍRITO SANTO E DISTRITO FEDERAL

Atuamos desde 1978, insistentemente, buscamos a perpetuação de conquistas e, o enfrentamento de desafios, na busca e na proposição de uma agenda moderna, com ações direcionadas ao maior e melhor espaço, organizacional, econômico, social, político, jurídico e, de sustentabilidade, garantindo as indústrias frigoríficas de carnes associadas, proeminentes destaques e marcantes presenças nas suas áreas de ação no campo, industrial.

### CONHEÇA O APLICATIVO AFRIG

- ✓ Cotação de Suíno:
- ✓ Conteúdo Exclusivo
- ✓ Informes do Mercado da Carne

DOWNLOAD NA SUA  
APP STORE OU GOOGLE PLAY



[WWW.AFRIG.COM.BR](http://WWW.AFRIG.COM.BR)



# BEST DOCTORS S.A.

SERVICIOS DE SALUD



(4) 502-8000

info@bestdoctorsinsurance.com

www.bestdoctorsinsurance.com

BestDoctors S.A. Empresa de Medicina Prepagada se encuentra comprometida con el cuidado del medioambiente, realizando acciones como pasar a facturación electrónica desde el año 2015, la implementación de la emisión de contratos electrónicos desde el 2017 muestra de forma palpable las iniciativas emprendidas con el fin de ser una Organización «Cero Papeles» y así mejorar su huella ecológica.

El Servicio es uno de sus principales diferenciadores, ya que día a día se esfuerzan en mantener una comunicación más cercana con sus clientes y agentes, encontrándose continuamente en búsqueda de formas de mejorar la atención a clientes, agentes y proveedores mediante herramientas que les permite enfocarse en sus necesidades y personalizar la atención. Plataformas tecnológicas como el live chat, el BDtoGo, su servicio telefónico de emergencia 24/7, las clínicas de conveniencia y otros servicios les ayudan a estar cerca de sus afiliados y poder brindarles toda la información que necesiten.

**«EL SERVICIO ES UNO DE SUS PRINCIPALES DIFERENCIADORES, YA QUE DÍA A DÍA SE ESFUERZAN EN MANTENER UNA COMUNICACIÓN MÁS CERCANA CON SUS CLIENTES Y AGENTES»**

Se preocupan por capacitar constantemente a su personal para que tengan siempre un amplio conocimiento del producto y así poder solventar cualquier duda que se presente; pero no únicamente los capacitan en este ámbito, sino también en las competencias blandas necesarias, para atender al cliente, entender sus necesidades y tratar de darle la mejor respuesta.

Su plan de comunicaciones externa está enfocado a lograr que sus clientes conozcan más de los beneficios de sus productos, y a la vez de reforzar todo lo relacionado a medicina preventiva, mediante tips y consejos de cómo deben cuidar su salud. A nivel interno, conservan esta misma línea, haciendo énfasis en que sus colaboradores conozcan cada cambio, innovación, o mejora de sus productos.



“LA ÚNICA FORMA DE HACER UN  
**TRABAJO** CON  
**EXCELENCIA**  
ES AMAR LO QUE SE HACE”



**DANDRES S.A.**  
EXCELENCIA EN SERVICIOS DE LIMPIEZA

# GRUPO KC

ASEGURADORA



(55) 5207 5050

cintya.aguirre@grupokc.com.mx

www.grupokc.com.mx

Grupo KC se encuentra posicionada dentro de las 250 agencias de seguros más importantes del mundo, con más de 300 mil clientes y más de 40 años de experiencia cuidando el patrimonio y los sueños de sus clientes. A lo largo de su trayectoria, han obtenido diversos reconocimientos en calidad en seguros de vida, son reconocidos como Empresa Socialmente Responsable, certificados por NYCE Seguridad y Confianza, forman parte del Pacto Mundial de la ONU, reconocidos como leyendas del Sector Asegurador, y premiados como la mejor empresa mexicana en 2018.

Grupo KC cuenta con servicios especializados para cada público, cuentan con beneficios excelentes que han introducido a los sectores de la población con menos recursos económicos, estos sectores, donde saben que es donde más se necesita proteger la estabilidad económica de las familias; hoy en día cuentan con más de 200,000 familias aseguradas por el Grupo KC a nivel nacional, y siguen trabajando para llevar a más personas sus servicios.

La empresa no se restringe a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el diálogo y la interacción con sus diversos grupos de interés, para que su comunicación sea activa y eficaz. La comunicación que han creado con sus stakeholders es una de las herramientas más poderosas para el éxito de un posicionamiento socialmente responsable de su organización.



Constantemente capacitan a su fuerza de ventas y colaboradores, realizan juntas periódicas para dialogar temas de interés y cuentan con un esquema de incentivos que incluyen bonos, viajes internacionales y autos para incentivar su desarrollo. Con sus socios de negocios y las compañías de seguros, mantienen en alto los valores y calidad del producto y servicios que ofrecen en conjunto, cuidando la reputación de su marca y la de sus socios, los intereses de las compañías de seguros con las que trabajan y a sus clientes.

La satisfacción se muestra en la preferencia de sus clientes sobre otros corredores en las mismas zonas o mercados donde están presentes, ya que cuentan con el 82% de participación del mercado, y se manifiesta en la alta conservación de clientes a través de los años, con más del 90% de conservación. Con sus socios de negocio, en el depósito de su confianza al asignarse nuevos mercados, como lo fue Oaxaca en 2016 y Nuevo León en 2018.

Uno de sus objetivos es tener una relación de largo plazo con sus socios comerciales con las que colaboran. Asimismo, cuidan el crecimiento, desarrollo y rentabilidad de sus stakeholders, al ofrecer los mejores productos y servicios al usuario final; todo esto basado en sus tres compromisos, el equipo que forma parte de Grupo KC está comprometido con las personas más importantes que forman parte de su vida profesional: con su familia que es el pilar de cada esfuerzo y la alegría de cada éxito; consigo mismo porque la superación personal y profesional forman parte de la vida de sus agentes; y con su cliente, para proporcionarle la confianza y tranquilidad mediante su asesoría en seguros.

**«LA SATISFACCIÓN SE MUESTRA EN LA PREFERENCIA DE SUS CLIENTES SOBRE OTROS CORREDORES EN LAS MISMAS ZONAS O MERCADOS DONDE ESTÁN PRESENTES»**

Se esfuerzan por estar en constante comunicación con su fuerza de ventas y poner a su disposición lo necesario para su desarrollo como profesionales y seres humanos, es por lo que han puesto a su alcance distintas herramientas tecnológicas en donde ellos tienen acceso a toda la información necesaria para ofrecerle a sus clientes la información correcta y oportuna, y tener comunicación directa con su fuerza de colaboradores administrativos. Involucran a su gente en los planes y procesos de la organización para así tener la mejor toma de decisiones; así como, trabajan de manera activa en el apoyo a causas sociales y ambientales.

Consideran que involucrar a los diversos grupos de interés o stakeholders en la elaboración de estrategias o toma de decisiones, hacen que exista un mayor involucramiento, compromiso y mejores resultados en todos los niveles de la organización, es un elemento principal para su compañía que los mantendrá siendo competitivos y seguir en el giro por muchos años más.

Con las estrategias que han ido formando y ejecutando a lo largo de su trayectoria, han logrado un diálogo profundo, franco y abierto, así como una labor continua de escucha con sus grupos de interés, que aporta un valor añadido a su empresa.

Para la empresa, como para muchas otras, el tema ético es uno de los aspectos fundamentales para el éxito del negocio, aunado a una responsabilidad en su gestión empresarial, es por ello que cuentan con un comité y un código de ética, que han difundido con todos su fuerza de ventas, y que orienta las acciones de cada uno de sus colaboradores, y de manera muy explícita le informa a todos sus grupos de interés lo que pueden esperar en cada una de sus acciones; componentes integrales de su filosofía empresarial son sus valores, principios y un decálogo de responsabilidad social.

Asumen formalmente dentro de sus operaciones y estrategias, el concepto de Responsabilidad Social como «**Un compromiso que tienen hacia todos y cada uno de sus grupos de interés, a través de programas y principios, basados en la ética, el respeto y trabajo en equipo para lograr beneficios compartidos**».

Se comprometen de manera voluntaria y activa, en asumir la responsabilidad social como parte de sus actividades tanto dentro y fuera de su organización, buscando la sustentabilidad; el mejoramiento Social, Económico y Ambiental.

Los temas éticos y de responsabilidad social, han sido reconocidos por sus clientes al comprar sus productos y permanecer con la empresa. Con mil ochocientos millones de primas aplicadas en este último año, a través de su equipo, están aumentando su presencia de mercado y atendiendo a todos sus clientes: personas físicas que requieren de un seguro de vida o algunos de sus productos. Fortaleciendo la relación que tienen con todos sus grupos de interés, mejorando la confianza y lealtad.

Saben que las prácticas éticas y de responsabilidad social, son generadoras de empresas competitivas que generan ecosistemas virtuosos sobre los cuales se impulsa el desarrollo económico, social y ambiental de manera sustentable.



## Eleita a melhor auto peças do Brasil em 2017



**“Assim como ser honesto, tratar bem os clientes não é um diferencial, mas sim uma obrigação. Mais do que um bom negócio, a KOBBER oferece uma experiência memorável através do compartilhamento honesto de conhecimento”. KOBBER, Beto. CEO.**



Estrada da Graciosa, 639, Atuba - 82840-360 • Curitiba - PR - Brasil

[www.autopecaskobber.com.br](http://www.autopecaskobber.com.br)

@autopecaskobber

# CARLOS LORENZANA Y ASOCIADOS S.A DE C.V.

CONSULTORIA ESPECIALISTA EN ESTRATEGIAS ELECTORALES

52 722 625 39 12

info@gerenciaelectoral.com

www.gerenciaelectoral.com



GERENCIA ELECTORAL  
CARLOS LORENZANA & ASOCIADOS

El corporativo Carlos Lorenzana y Asociados S.A de C.V, cuenta con una imagen de prestigio dentro y fuera del territorio nacional, ganando premios que certifican la buena labor que han venido realizando durante estos años.

En Carlos Lorenzana y Asociados S.A de C.V, han realizado más de 70 campañas políticas y de publicidad en México y Latinoamérica, ganadoras de diferentes premios por innovación, creatividad, diseño y calidad.

Han impulsado corredores turísticos, comerciales y artesanales como el de Ixtapan de la Sal-Tonatico. Actualmente, participan junto a Esteban Carrera, Pdte. PYMES-Emprendimiento CONCAMIN, en el diseño y comunicación del Clúster Espacial de México.

Para ellos el capital humano es lo máspreciado, por ello, brindan capacitaciones constantes en temas como: neuromarketing, turismo experiencial, semiótica y marketing digital. El 90% de los stakeholders son jóvenes creativos y comprometidos con la empresa, a los cuales se les gratifica con viajes al extranjero junto al CEO.

Para los internos, es importante brindarles instalaciones, capacitaciones y un trato de calidad que los motive a realizar su trabajo de la mejor manera. Para sus clientes políticos, la satisfacción más grande es ganar la campaña electoral y tener una buena reputación; y para los clientes comerciales, contar con un buen posicionamiento que genere mayor productividad y aumentar sus ventas.



Para Carlos Lorenzana y Asociados S.A. de C.V.es muy importante tener una buena gestión con sus Stakeholders, su relación se basa en el respeto, la confianza y siempre buscan impulsar sus ideas.

**«ESTAR PREOCUPADOS POR LO QUE OCURRE EN SU ENTORNO Y PODER HACER ALGO EN BENEFICIO DE LA POBLACIÓN, LOS HACE UNA EMPRESA CON VALORES, PERO SOBRE TODO UNA EMPRESA HUMANA Y SERIA»**

Su equipo lo integran jóvenes creativos, entusiastas, con iniciativa y comprometidos, pero ¿qué tiene de diferente el equipo joven? Para muchos de los que trabajan con ellos es su primer empleo profesional, les brindan la libertad y la confianza para desarrollar su talento.

Para los directivos es prioridad generar un ambiente que proyecte dinamismo, que rompa con lo convencional y en donde la calidad, es una norma.

Han realizado estrategias de marketing responsable, de la mano del gobierno del Estado de México, el Instituto Electoral del Estado de México y la Cámara Nacional de Comercio (CANACO). "Deja tu huella", fue una campaña publicitaria para incentivar el voto responsable en el Estado de México, participaron 22 mil comercios. "Bromas que matan", se realizó para tomar conciencia que los números de emergencia no son para jugar; esta campaña mostraba lo importante que era que los servicios de emergencia lleguen a tiempo. La campaña más reciente fue "Regalos que salvan vidas" colaborando con la fundación RSI y la Diputada Federal María Elena Orantes, se regalaron becas para que los niños supieran actuar ante un desastre natural, fomentando la cultura de protección civil. Esta campaña nace a partir del sismo del 7 de septiembre en Chiapas, México.



Estar preocupados por lo que ocurre en su entorno y poder hacer algo en beneficio de la población, los hace una empresa con valores, pero sobre todo una empresa humana y seria, una empresa convencida que lo que une al ciudadano con sus representantes, a los clientes con las empresas, se llama comunicación. Por ello, no dudan en participar desde la construcción de campañas publicitarias, en la solución de problemas sociales.

Les gusta la interacción con otras instituciones para que, de manera conjunta, mediante la comunicación y publicidad, se haga conciencia al ciudadano de la importancia de incidir en asuntos sociales.

Dentro de Carlos Lorenzana y Asociados S.A. de C.V. no solamente hacen campañas de publicidad en temas de responsabilidad social. Cuentan con un programa de formación política llamado NICIA, que reúne a jóvenes interesados por la política y el bienestar social. NICIA, reúne a los mejores ponentes a nivel Latinoamérica en temas de comunicación e incidencia social. Es menester señalar, que dicho programa no tiene costo alguno para los más de 60 participantes de 5 estados de la República.

NICIA ya ha sido anteriormente nominada a premios internacionales por mejor escuela de formación política, compitiendo con programas de universidades argentinas, españolas y ecuatorianas. Orgullo para ellos es decir que algunos participantes han sido candidatos para cargos de elección popular y los caracteriza la vocación de servicio y la honestidad. De la misma forma, algunos alumnos del programa ya han sido reconocidos por distintas premiaciones que no hacen más que confirmar la buena labor que vienen realizando.

Como directivos no pueden exigir a sus stakeholders algo que ellos mismos no brindan con el ejemplo. La capacitación y actualización constante también cruza por la línea directiva. Se exigen disciplina, constancia, puntualidad. El respeto como base en el actuar con ellos.

Cada proyecto realizado debe contar con la calidad necesaria para que tenga éxito. Dentro de sus políticas siempre ponen al cliente como prioridad, es su deber cuidar su reputación y comprometerse para dar buenos resultados. En Gerencia Electoral saben conducirse de la manera más ética y responsable.



COM MAIS DE 30 ANOS DE TRADIÇÃO,  
O OLD WEST CONQUISTOU A CIDADE DE CURITIBA (PR)  
COM UM ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA E UM MENU  
QUE SURPREENDE ATÉ OS PALADARES MAIS EXIGENTES.

Agraciado com o Latin American Quality Awards,  
entre outras prêmios de destaque internacional,  
o Old West hoje é reconhecido como um dos melhores  
estabelecimentos gastronômicos do Brasil.



Acesse o site e conheça o Old West  
[www.oldwest.com.br](http://www.oldwest.com.br)



El Hemocentro Regional de Maldonado es el primer y único centro de medicina transfusional del Uruguay; es un servicio público que depende de la Administración de Servicios de Salud del Estado (ASSE), es quien capta y administra los recursos sanguíneos de la Región Este; actualmente es el 25% de la sangre que el país colecta.

Desde su concepción, esta institución tiene un compromiso implícito con la población, ya que su nacimiento es desde la propia sociedad civil organizada; el camino que debió recorrer es único, ya que no existe antecedente alguno en Uruguay; la innovación en sus programas de captación de donantes le ha valido el reconocimiento internacional, sobre todo el del Programa Escolar surgido en el año 2011, el que es dirigido a niños en edad escolar con resultados altamente satisfactorias en la captación, y sobre todo en la educación de los futuros donantes.



Aquellos niños que comenzarán esta experiencia hoy ya se están recibiendo como donantes, lo que ha llevado a ampliar el programa inicial para incorporar también a los adolescentes en educación media. El compromiso adquirido se afianza aún más, cuando se toman acciones que llevan a educar a los niños, e incorporar la solidaridad y respeto, brindándoles las herramientas necesarias para fortalecer valores que son pilares de una sociedad más sana y más justa.

En Uruguay por ley, está expresamente prohibida la compra o venta de sangre; por lo que la obtención de la misma se hace a través de quien tenga la voluntad y esté dispuesto a donarla.

## «EL FUNCIONAMIENTO DE ESTE SERVICIO PÚBLICO DEPENDE EXCLUSIVAMENTE DE LA VOLUNTAD DE DONAR DEL INDIVIDUO»

La captación y fidelización es el mayor desafío que debe afrontar cualquier institución de las características del Hemocentro Regional de Maldonado; la estrategia que la institución desarrolla para captar y fidelizar al donante, es la de brindar un servicio de excelencia.

La certificación en calidad de la norma internacional UNIT-ISO 9001-2008 obtenida, es el marco que desafía a ser mejores cada día, porque la implementación e innovación en los planes de captación y fidelización, llevan a estar permanentemente tomando medidas correctivas; el ser la única institución de salud pública en estar certificada en todas sus áreas, y en un servicio que depende de la voluntad del individuo para que funcione, la calidad en todo su sentido es la clave de un servicio diferencial.

El funcionamiento de este servicio público depende exclusivamente de la voluntad de donar del individuo; el «cliente» en este caso, es una persona sana que no requiere un servicio médico, y por donar no recibe nada a cambio; su impulso a convertirse en «cliente», depende únicamente de su voluntad de hacerlo.

El ser receptores de la permanente solidaridad de la gente, de alguna manera pone al Hemocentro en un compromiso de ser contestes y retribuir no solamente con un servicio de alta calidad, sino también la de la jerarquizar al donante voluntario.

La acción de adquirir la primer unidad móvil de colectas externas del Uruguay, el «Hemobus», por parte de la fundación Hemovida (organización civil que apoya al Hemocentro) es parte de una planificación de conducta responsable, la que jerarquiza al donante y afecta e incide positivamente en la sociedad.

Los recursos obtenidos para lograr el Hemobus, fue gracias a la intervención y participación de una sociedad involucrada y comprometida, que fue protagonista directa en la recaudación de los fondos necesarios. Contar con esta unidad única en el mundo por su concepción y características, permite trasladar el confort y la calidad del servicio del Hemocentro a lugares distantes; con la ventaja para quienes donan, de no tener que trasladarse; evitándole los inconvenientes que esto puede originar a personas que no cuentan con los recursos necesarios, devolviéndole una herramienta que incide positivamente a la sociedad.

# LABORATORIO GÜEMES

LABORATORIO DE ANÁLISIS BIOQUÍMICO

54 362 442-8751

info@labguemes.com.ar

www.labguemes.com.ar



LABORATORIO DE ANÁLISIS BIOQUÍMICOS  
**GUEMES**  
AC ALTA COMPLEJIDAD  
Director Dr. Luis R. Lugo  
BIOQUÍMICO

El Laboratorio Güemes es una empresa líder en el nordeste argentino en el rubro análisis clínicos de alta, baja y mediana complejidad.

Sin duda el proyecto más importante y por lo cual son pioneros en la región es la incorporación de tecnología de última generación (auto analizadores) para la realización de los análisis clínicos de alta, baja y mediana complejidad, lo cual garantiza a sus clientes veracidad, exactitud y precisión de sus resultados bioquímicos, permitiendo a los médicos lograr un diagnóstico certero de las diferentes patologías.

La empresa contribuye a la satisfacción de sus stakeholders, impulsando una estrategia que tiene que ver con la seguridad del cliente y resultados exactos.

**«MANTENER UNA CONDUCTA ÉTICA ES UN APORTE IMPORTANTE PERO NO DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DEL LABORATORIO GÜEMES»**

## SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES:

- **Clientes externos:** la satisfacción en el crecimiento del laboratorio a la largo de los años (40 años de trayectoria).
- **Clientes Internos:** están sensibilizados con la política del laboratorio.

Para el Laboratorio es muy importante tener una buena gestión con sus Stakeholders, y trabajan para eso en calidad, capacitación, recursos humanos y en contar con tecnología de última generación.

Las estrategias llevadas a cabo por el Laboratorio son promociones, publicaciones en Redes Sociales y educación del paciente. Consultas en tiempo real a través de redes sociales de temas de interés de los pacientes.

Buscan hacer más sólida su Reputación Corporativa marcando la diferencia con la competencia (otros laboratorios en la zona).

La empresa es muy estricta con el cumplimiento de normas éticas. Además el laboratorio Güemes integra una red nacional ALAC (Asociación de Laboratorios de Alta Complejidad de la República Argentina), cuya principal acción es respetar dichas normas éticas y de calidad.

Finalmente, mantener una conducta ética es un aporte importante pero no determinante para el crecimiento del Laboratorio Güemes, que año a año se va incrementando.



*El Sistema de Gestión de la Calidad del Laboratorio Güemes ha sido certificado según la norma IRAM 9001:2008*



LABORATORIO DE ANÁLISIS BIOQUÍMICOS  
**GUEMES**  
AC ALTA COMPLEJIDAD

Dr. Luis R. Lugo  
Director

*Nuestro objetivo es brindar **eficiencia y calidad** al **servicio de su salud.***



*Integrante de la Asociación de Laboratorios de Alta Complejidad de la República Argentina (ALAC)*

**Güemes esq. Córdoba | H3500-CBN | Resistencia, Chaco | Tel./FAX 0362 4428751**  
✉ **info@labguemes.com.ar | www.labguemes.com.ar | Seguinos también en**

# MANAGING FACTORY

INSTITUTO UNIVERSITARIO / FORMACIÓN TÉCNICA

+54 0299 155245699

managing.factory@yahoo.com.ar

www.managingfactory.com



El objetivo de Managing Factory es la Formación técnica aplicativa y experiencial, adaptada a la realidad tecnológica industrial y basada en el pensamiento visual.

En base a ésta formación, se prepara el Capital Humano ávido en talento cualificado en el desempeño laboral, para operar plantas industriales de procesos y energéticas.

En Managing Factory planean poner en perspectiva la calidad educativa en plataformas tecnológicas universitarias, mediante cursos y diplomatura como la desarrollada en la Universidad Tecnológica Nacional Regional Buenos Aires (UTNRBA) y otras.

El reconocimiento social Local e Internacional que tiene Managing Factory, dan cuenta de su acertado desempeño en impartir educación en formación a satisfacción de quienes la reciben, percepción favorable de los alumnos que estudian; de los organismos educativos universitarios, de tecnología industrial y gubernamentales, razón por la cual fideliza mejorando con permanente innovación su performance, para recibir propuestas institucionales y alianzas de trabajo, para beneficiar a las personas que necesiten la formación técnica experiencial para desempeños industriales.

## «EN MANAGING FACTORY PLANEAN PONER EN PERSPECTIVA LA CALIDAD EDUCATIVA EN PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS UNIVERSITARIAS»

Managing Factory es una marca registrada internacional que busca posicionarse en el mercado, como contenidista en la formación de talentos para la operación de plantas industriales y energéticas, que se desempeñarán con capacidad de gestión y resolución de problemas en cualquier parte del mundo.

Su estrategia es consolidar acuerdo y alianzas de trabajo con Universidades y Organismos gubernamentales de América Latina, para que a través de plataformas tecnológicas se impartan cursos y diplomaturas online a distancia, donde los interesados sugestivamente accedan a su perfeccionamiento, en la confianza que adquirirán herramientas del conocimiento, para destacarse en el manejo fabril industrial operando plantas industriales de procesos; energéticas, de cogeneración, de Biomasa, de Calderas de alta presión entre otras.

# O GRUPO LOYAL tem a solução ideal para a sua empresa.



Cuidando do seu patrimônio.

f /loyalgrupo @loyalgrupo (11) 4781-1395 Grupo Loyal



# PONTELLO ADVOCACIA

CONSULTORIA E ASESORIA JURÍDICA

☎ 31 3194-3000

✉ pontello@pontelloadvocacia.com

🌐 www.pontelloadvocacia.com



Buscan plantear una planificación estratégica y presentar soluciones eficaces a los clientes, priorizando el alcance de resultados satisfactorios que efectivamente solucionen problemas.

El objetivo permanente de la empresa es prestar servicios con la máxima dedicación y excelencia, de forma de lograr la pretensión anhelada y minimizar, al máximo, eventuales perjuicios a los clientes.

Por esta razón, fomentan la implantación de una política de calidad a través de la Certificación ISO 9001, invierten en estructura física, incluyendo accesibilidad para deficientes físicos, invierten en sus colaboradores, en plataformas operacionales para control y gestión de procesos y demás actividades de rutina de oficina para que el índice de errores sea cada vez más reducido. Buscan también actualizar a sus clientes con jurisprudencias y decisiones recientes que les beneficie y desarrollan productos y servicios que les auxilien en la ejecución de sus actividades.

Pontello Advocacia se preocupa en lograr un feedback, como herramienta eficaz para identificar los puntos fuertes, así como los principales puntos de mejora que exigen mayores atenciones. También busca conocer en profundidad los intereses y anhelos de sus clientes con relación a cada caso en específico, haciendo el seguimiento desde el inicio de cada demanda judicial o extrajudicial, apuntando con claridad cuáles serán las necesidades a ser sanadas, los posibles resultados e impactos que las decisiones tomadas pueden generar, tanto positivos como negativos, buscando siempre la reducción de riesgos.



Además de toda la experiencia adquirida a lo largo de 27 años de actividad jurídica, la empresa busca detalles y opiniones de sus clientes para plantear las estrategias más adecuadas, atendiendo las particularidades de cada caso en específico. Creen que el fortalecimiento de la comunicación entre el cliente y la oficina genera un fuerte vínculo y posibilita adquirir la confianza en que las decisiones más acertadas serán tomadas.

## «PONTELLO ADVOCACIA SE PREOCUPA EN FORTALECER VALORES»

Incluyen a los clientes en sus actividades, buscando constantemente medios para perfeccionar la comunicación e identificar puntos de mejoras, para así desarrollar una relación basada en la confianza de estar trabajando con ahinco en la solución de todos los problemas que se presenten.

Pontello Advocacia se preocupa en fortalecer valores. Es importante que sus clientes sientan que su trabajo transmite ética y confiabilidad. El objetivo mayor del nombre Pontello Advocacia siempre será la búsqueda incansable de la excelencia.

Adquirieron credibilidad y un nombre fuerte a lo largo de sus 27 años de historia, transparentando la esencia, su misión de mostrar a los clientes que están actuando con el máximo empeño en atenderlos.

Trabajan con metas y objetivos, lo que es fundamental para el crecimiento de cualquiera iniciativa. Además, están siempre en busca de identificar el perfil comportamental de los clientes para desarrollar habilidades basadas en sus necesidades reales.

Adoptan la política just in time, contestando consultas en forma rápida y eficaz, y alcanzando informaciones a sus clientes y posibles clientes a través de reuniones y también por medios sociales.

Están siempre acompañando los cambios del universo jurídico y buscando nuevas posibilidades y alternativas para llevar dichas innovaciones a favor de sus clientes. Evolución es su palabra de orden, pues creen que no se puede permanecer acomodados debido a su tiempo de mercado.

# TRANS AQUINO

SERVICIOS DE TRANSPORTE



(62) 3347-6450

transaquinoediniz@bol.com.br

www.trans-aquino.com

Transportadora Aquino e Diniz Ltda. ME - Trans Aquino, empresa Barroaltense, soñada e idealizada por el Sr. Carlos Aquino que, desde el año de 1997 ya trabajaba con Transporte Escolar Municipal, con más de 20 años actuando en ese sector. En fase inicial, el transporte era ejecutado en Kombis, transportando a los alumnos de la Zona Rural de Barro Alto y de Vila Propício hasta las escuelas de la ciudad de Barro Alto, así como el transporte de universitarios para la ciudad de Uruaçu. Paulatinamente, el transporte fue tomando una mayor proporción. Surge, entonces, la necesidad de adquirir otro vehículo, el primer microbús, pues había demanda para viajes en el sector de turismo.

Barro Alto es una ciudad promisoría y con la llegada de una compañía minera a la ciudad, hubo la oportunidad en hacer lo transporte de los empleados, y esa oportunidad se la agarraron con mucha voluntad, buscando no solo el crecimiento personal, pero también de la ciudad, como la generación de colocaciones para la población Barroaltesense. Así, a Trans Aquino fue creciendo en número de vehículos, empleados y clientes. Desde la creación de la empresa, la búsqueda por atender a los clientes/alianzas de la mejor manera posible es constante, teniendo transportes personalizados para cada necesidad y transporte público municipal.

**«SU META ES RECORDADA CADA DÍA DE SERVICIOS PRESTADOS PARA QUE DE HECHO SE CONCRETE»**



Hoy, Trans Aquino como empresa de transporte en la región tiene 38 vehículos (entre autobuses y micro-autobuses). Además del transporte colectivo municipal de pasajeros en el municipio, ejecutan los servicios de: flete eventual y continuado, escolar y turístico. Hoy están enfocados en el transporte tipo flete, en especial en la atención a empresas de la región, como por ejemplo: Anglo American Brasil Ltda., Transportadora Giacchero entre otras; siendo estas empresas sus clientes desde su ingreso en funcionamiento.

Tiene como metas su crecimiento económico y el convertirse en una de las mejores y mayores empresas de transporte de la región; por ello, estas metas son recordadas en cada día de servicios prestados para que se concrete. Para eso siempre trabajan agregando valor en sus servicios e incluso aportando en el desarrollo profesional de todos sus colaboradores.

Con el escenario de competitividad actual el diferencial de Trans Aquino es su compromiso con el cliente, su honestidad, calidad en el servicio y ejecutar el transporte con total seguridad, respeto a los clientes, colaboradores y compañeros.

Tiene orgullo y satisfacción en decir que la empresa siempre fue y seguirá siendo amparada por la ética, compromiso, llaneza, respeto y calidad en todas las relaciones y servicios prestados, corroborando cada año el crecimiento económico y financiero, así como en el portafolio de clientes atendidos.

# KAEDO GROUP COSMÉTICOS EIRELI

PRODUTOS COSMÉTICOS

☎ 21 2643-7308

✉ administrativo2@kaedo.com.br

🌐 www.kaedo.com.br

## kaedo PROFESSIONAL

Una de las misiones de Kaedo es desarrollar productos y servicios cosméticos de alta performance, conceptuales y que generan inclinaciones en el mercado de belleza, de acuerdo con el perfil socioeconómico y de las políticas sostenibles vigentes en el país, para satisfacción plena de los clientes y accionistas. Kaedo Professional está siempre en constante estudio para ofrecer a sus clientes productos que atiendan y satisfagan sus necesidades.

La competitividad en el mercado es feroz y deshonesto. El área cosmética viene sufriendo con la piratería de productos para alimentar el mercado negro. Ante eso, Kaedo señala siempre a su público target sobre la integridad de sus productos y en qué lugares no se puede encontrarlos. Sus líneas son comercializadas a través de distribuidores acreditados, quienes distribuyen en centros de belleza que están aptos a la realizar la comercialización de los productos Kaedo.

### «UNA DE LAS MISIONES DE KAEDO ES DESARROLLAR PRODUCTOS Y SERVICIOS COSMÉTICOS DE ALTA PERFORMANCE»

Kaedo está en el mercado desde el año 2008. Uno de los objetivos que la marca busca constantemente es ser una empresa líder en el mercado nacional e internacional en el desarrollo de cosméticos profesionales. Tiene como enfoque estrechar la fidelidad de la marca junto a sus clientes, como una formadora de opinión y pionero en el sector de belleza, aliada a la calidad de los productos y su costo-beneficio. Sus principales valores como una marca seria son: integridad, compromiso, ética y responsabilidad.



VENHA REALIZAR O SEU SONHO!!

CRECI 18.922-J



## SH Imóveis Ltda.

### APARTAMENTO . SOBRADOS . CASAS . TERRENOS

A SH Imóveis é uma empresa com uma grande experiência e histórico de sucesso profissional e traz como característica uma visão moderna de como fazer negócios nesse setor. Uma empresa ágil, transparente, que cultiva relacionamentos duradouros, que orienta-se pelo equilíbrio e consistência.

Com profissionais altamente qualificados está totalmente adaptada aos mais modernos processos administrativos, com sua estrutura informatizada suas vendas dispõem de Acompanhamento Jurídico e Serviço de Pós Vendas com fidelidade total ao cliente.

Oferecemos sempre as melhores opções e oportunidades que você procura para seus investimentos imobiliários.

Ampliamos nossas instalações para melhor atendê-los, vagas de garagens na porta, acesso especial e banheiro para portadores de necessidades especiais, sala de brinquedos para sua tranquilidade, trocador de bebê, ambiente agradável e acolhedor para recebermos você. Venha tomar um café e conhecer o nosso trabalho.

# FRANÇA & MORAES

## SOCIEDADE DE ADVOGADOS

BUFETE DE ABOGADOS



FRANÇA & MORAES

Advocacia e Consultoria Empresarial

(65) 2127-1999

secretaria@francaemoraes.com.br

www.facebook.com/fmassessoria

La imagen de la empresa está predominantemente relacionada a la calidad y excelencia de sus servicios, así como la fidelidad a los preceptos éticos y morales que los involucra.

Su proyecto más importante es la asistencia judicial gratuita a personas de bajos recursos, permitiendo que pudieran buscar su derecho de manera digna y con calidad. Para satisfacer a sus clientes, utilizan la comunicación correcta, utilizando mensajes y acciones que atiendan a los anhelos y objetivos de los stakeholders.

La satisfacción lograda son los clientes extremadamente satisfechos, interesados y encantados, manteniéndolos así, siempre fidelizados con la empresa.

Hacen hincapié en la importancia de una buena gestión, pautada en la Planificación Estratégica, las acciones que serán tomadas para satisfacer el público de mayor interés y equilibrar las ganancias con los demás públicos, así como con la empresa, lo que influenciará positivamente en la Reputación.

**«VA MÁS ALLÁ DEL SIMPLE CUMPLIMIENTO DE LA NORMA LEGAL ESTABLECIDA Y DE LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS EXCLUSIVAMENTE ECONÓMICOS EN CORTO PLAZO»**



Las estrategias responsables que se utilizan para la satisfacción de sus stakeholders son reconocerlos, posicionarlos en el grupo correcto y definir el objetivo a ser alcanzado con cada grupo.

- El primer grupo se establece por Grado de Dependencia, es decir, aquel público del que la empresa necesita para sobrevivir, como clientes, empleados y abastecedores.
- El segundo se queda con el Grado de Participación, incluyendo públicos de los cuales la actuación de la empresa no depende, pero que colaboran para la andadura de sus proyectos y mejoras de sus procesos, como consultores, entidades de clase, organizaciones comunitarias, prestadores de servicios de perfeccionamiento, entre otros.
- El tercero es Grado de Interferencia, en el que residen aquéllos que pueden, como el nombre dice, interferir en la imagen de la empresa, sea de forma positiva o negativa. Aquí se encuentran los medios de comunicación, cuyas publicaciones interfieren en la formación de opiniones sobre la marca, y la competencia, que puede influenciar en la manera de actuar de una organización o perjudicar nuestra imagen.

La estrategia corporativa va más allá del simple cumplimiento de la norma legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos en corto plazo, demostrando una planificación del tipo estratégico que afecta la toada de decisiones y las operaciones de toda organización, creando valor en largo plazo y aportando significativamente para obtención de ventajas competitivas duraderas.

La ética y la responsabilidad social son elementos importantes para el desarrollo de los negocios y para establecer relaciones positivas de la empresa con los Stakeholders. La empresa contempla el impacto de la acción de la empresa en su triple dimensión: económica, social y ambiental, teniendo como meta principal la consecución del desarrollo sostenible.

A lo largo de sus 16 años de existencia, FAINOR, aunque es una Facultad aún mucho joven, conquistó el reconocimiento social y se volvió una importante Institución de Enseñanza Superior en la ciudad, en la región y en el estado de Bahia, en Brasil, desempeñando el rol fundamental en la expansión del número de vacantes de ese nivel de enseñanza, en varias áreas del conocimiento, ampliando el acceso de la población a una enseñanza superior y de calidad.

Otro aspecto fundamental para su consolidación como una Institución preocupada con el desarrollo sostenible de la comunidad involucra las actividades de extensión y de investigación que deberán ser ampliadas e implantadas, como forma de aportar para la producción y disseminación del conocimiento, enfocando en su socialización junto a las comunidades, de manera a aportar para la mejoría de la calidad de vida de la sociedad e insertando las cuestiones y demandas sociales en el espacio de discusión de la Facultad, en sus diferentes cursos y, aportando, aún, a la aproximación del cuerpo discente del mercado de trabajo, formando profesionales listos para desarrollar actividades que conduzcan a la sociedad a un nivel de desarrollo y sostenibilidad de calidad, realizando, así, su misión institucional.

A ese proceso de crecimiento le sigue la necesidad de invertir en la modernización tecnológica y en modelos de gestión que viabilicen la expansión de la Facultad de manera colaborativa y participativa, lo que evidencia la relevancia del capital humano como un elemento promotor de su desarrollo.



Son varios proyectos que se pone difícil escoger. Pero, podemos destacar dos: Semana de Responsabilidad Social y el Matrimonio Colectivo. La Facultad Independiente del Nordeste participa activamente de acciones y campañas de responsabilidad social, con servicios de varios sectores, como educación, salud, cultura y medio ambiente. Las actividades buscan aportar a la inclusión social, así como la preservación del medio ambiente, de la cultura local y regional, integrando a todos los involucrados en la comunidad.

FAINOR abraza la causa de forma concreta y participativa. Pone a disposición varias actividades gratuitas ofrecidas a la población carente, entre ellas:

Laberinto sensorial, fisioterapia funcional, centro de cepillado, orientaciones sobre el cepillado, exposición sobre accidentes domésticos, orientación nutricional, lectura de libros infantiles, orientación jurídica a los padres, doctores de la alegría, revitalización del parque infantil y muchas otras acciones presentes en una vasta programación durante los eventos en las comunidades.

### «FAINOR OFRECE UNA CEREMONIA QUE SIGUE EL GUIÓN SOÑADO POR TODA PAREJA DE NOVIOS»

Entre las muchas acciones está el Conquista Ciudadana, que forma parte de la Campaña de Responsabilidad Social promovida por la Asociación Brasileña de Mantenedoras de Enseñanza Superior (ABMES). El objetivo es establecer un puente entre el seto académico y la sociedad por medio de acciones realizadas por la FAINOR para la sociedad.

Ya el Matrimonio Colectivo, que se llama a «Pareja Legal», es un programa social, cuyo objetivo es regularizar la situación civil de parejas que conviven en unión estable o que anhelan casarse. La acción, realizada hace más de diez años, atiende a aquellos que quieren legalizar la relación, pero no tienen condiciones de asumir los gastos de notaría - motivo de impedimento para la población de baja renta. Muchas parejas conviven hace años, pero por muchos motivos no pudieron realizar la ceremonia matrimonial.

Al haber notado qué grande parte de la población de la región estaba excluida de derechos básicos como jubilación, pensión post-muerte, financiaciones, entre muchos otros, por falta de regularización de la situación civil de las parejas, el equipo de FAINOR, por medio del NPJ, desarrolló el proyecto de matrimonio colectivo.

El programa tiene como finalidades fundamentales posibilitar la ciudadanía, la inclusión social, el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias y la garantía de asistencia judicial a la población. El proyecto alcanza esas metas al mismo tiempo que hace la integración entre la Facultad y la comunidad, proporcionando a los alumnos experiencias prácticas, difusión y socialización del conocimiento. Es un instrumento capaz de ligar el conocimiento impartido en sala de clase a la realidad social del municipio.

El matrimonio colectivo se ofrece gratuitamente a las parejas que hayan tenido aprobadas las documentaciones entregadas a la habilitación en el Núcleo de Práctica Jurídica de FAINOR. Después que los documentos son verificados y es hecha la habilitación, los novios están aptos a participar de la ceremonia.



Buscando alianzas y envolviendo los diversos sectores internos, estudiantes y maestros, FAINOR ofrece una ceremonia que sigue el guion soñado por toda pareja de novios: local, músicos, fotografía, equipo de ceremonial, lista de invitados, entre otros. El matrimonio se realiza en la presencia de familiares y amigos, reuniendo cerca de dos mil personas a cada edición. Más de 1500 parejas ya formalizaron la unión a través del matrimonio colectivo que realiza FAINOR.

FAINOR lleva muy en serio el alto nivel de facilidad, confort, seguridad y ocio que ofrece a sus alumnos y empleados. En constante expansión, su área construida, además del edificio de clases y del administrativo, incluye una gran biblioteca, laboratorios de última generación - incluyendo mapas de riesgo, servicio al cliente, amplio espacio de ocio, dos restaurantes, cuadras, baños y torres de seguridad.

El Servicio al Cliente de FAINOR es un espacio de escucha a la comunidad académica y externa, con el objetivo de estimular el mantenimiento y continuado perfeccionamiento de la naturaleza humanista de la Institución. En ese propósito ofrece un servicio de servicio a las demandas de la comunidad (alumnos, empleados, maestros y moradores del entorno) buscando acoger, encaminar, acompañar y auxiliar procesos que demandan resolución y prevención de conflictos. Se caracteriza como un sector que busca favorecer el diálogo, promover la comunicación entre las instancias de la facultad, siendo un instrumento de democracia participativa y transparente. Actúa de forma exenta con carácter mediador y estratégico.

En fin, la facultad suministra todo cuanto los estudiantes necesitan para que vivan las mejores experiencias posibles en el ambiente académico.

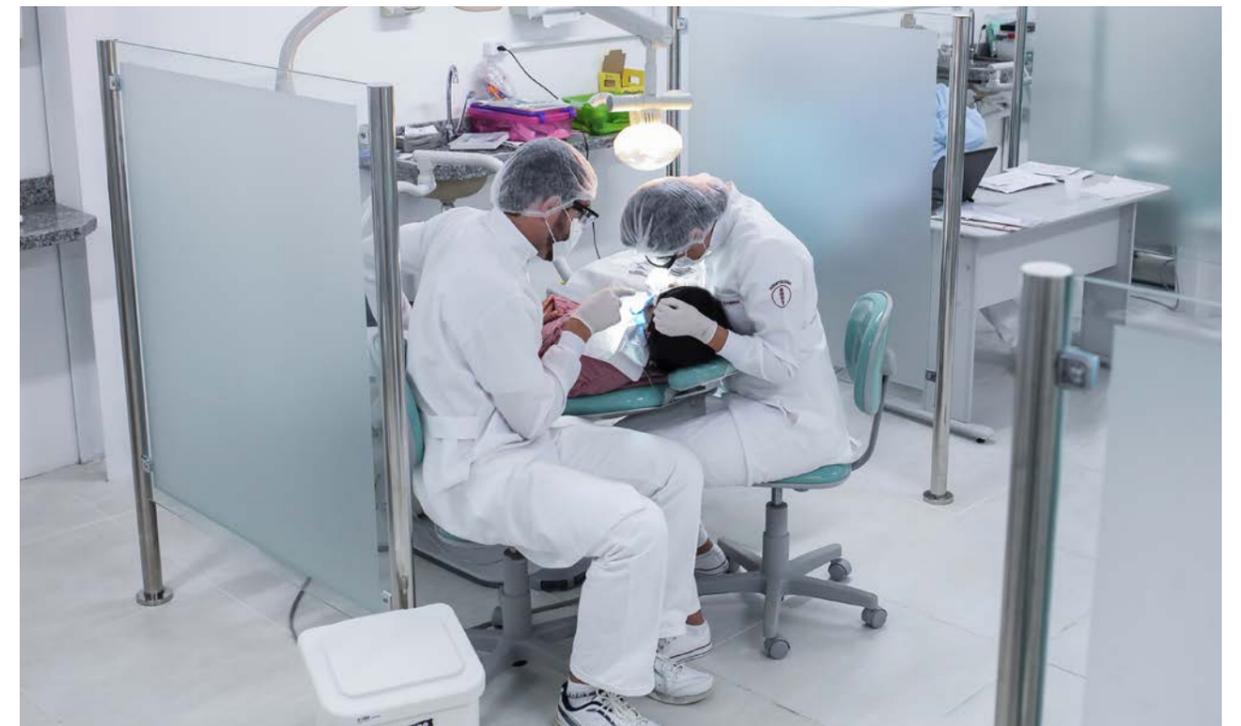
Los alumnos son la fuerza que mueve cada pieza del engranaje de la Institución. La Institución tiene maestros que estudiaron en el Colegio Opção, hicieron la graduación y posgrado en FAINOR, hicieron maestría y doctorado y hoy son excelentes docentes. Todos tienen su carga personal, su conocimiento de mundo, pero el maestro debe pasar su conocimiento, ayudar al discente a encontrar esa luz de la sabiduría, guiar por este camino. Los alumnos egresados de FAINOR están por todo el mundo. La Institución posee representantes en Estados Unidos, Rusia, Canadá, entre otros países, y muchos se esparcieron por Brasil. Con tan solo 16 años de existencia, la Facultad atiende a más de 100 ciudades y personas que egresaron y volvieron a sus municipios de origen llevando lo que aprendieron en la Institución. Nuestra intención es prestar un servicio de calidad, que todo esté funcionando muy bien, día y noche, no solo en el salón de clases, sino también en todos los sectores de la facultad.

FAINOR es una Facultad que cree en el trabajo serio, en la posibilidad de ayudar la sociedad de Conquista y de varias otras ciudades, todas en el camino del crecimiento y desarrollándose aún más. Todo es hecho en función de lo que la sociedad necesita, de lo que ella quiere, buscando la mejoría para todos.

La Facultad Independiente del Nordeste busca incesantemente mantener un sistema de comunicación permanente con la comunidad, tanto académica como civil. De esa manera, su articulación con la sociedad de una forma general extrapola los convenios y alianzas con instituciones, con amplias finalidades. Para ello, FAINOR posee en su estructura organizacional, una Asesoría de Comunicación - ASCOM, que es responsable por el proceso de comunicación continuada de la Institución con la comunidad, y un Núcleo de Marketing y Relaciones Institucionales, elabora y pone en práctica el Plan de Marketing y cuida del gerenciamiento de las relaciones institucionales de la IS.

La facultad busca consolidar la relación con la comunidad de una manera aún más efectiva, a través de la prestación de servicios y de la diseminación de conocimiento producido en la academia. Cuenta con el Núcleo de Extensión y Responsabilidad Social, responsable de promover relaciones sociales y culturales, entre la Facultad y la sociedad. La Extensión se define por la exigencia de integración de todas las acciones de la Institución, las funciones académicas de la Investigación y de la Enseñanza, en el sentido de su destino al servicio de la sociedad. Las actividades de Extensión se entienden como parte del proceso educativo, cultural y científico que integran la Enseñanza y la Investigación de manera indisoluble y viabilizan la relación transformadora entre la Facultad y la sociedad, por medio del proceso educativo, académico, científico, cultural y comunitario.

Se busca articular la enseñanza y la investigación viabilizando la interacción transformadora entre la Facultad y la sociedad, así como enriquecer el proceso pedagógico favoreciendo la socialización de lo saber académico y establecer una dinámica que aporte para participación de la comunidad en la vida académica de la Facultad.



# EASY-WAY

CONSULTORÍA TRIBUTARIA



Excelência em Sistemas Tributários

☎ (11) 5180-5400

✉ [karla.rodrigues@ewb.com.br](mailto:karla.rodrigues@ewb.com.br)

🌐 [www.ewbrasil.com.br](http://www.ewbrasil.com.br)

Fundada en 1991 por ex-audidores, Easy-Way Brasil se consolidó en el mercado como empresa líder en sistemas para las áreas contable, fiscal y tributaria. Atiende más de quince mil organizaciones de grande porte de diferentes segmentos, destacándose debido a la excelencia de sus productos y de su servicio en el pre y posventa que, a lo largo del tiempo, se volvieron su marca registrada.

En el transcurso de más de 25 años, Easy-Way desarrolló sistemas completos y flexibles para atender diversas obligaciones tributarias, fiscales y contables. Es posible destacar el sistema Easy-I.R.P.J., primer software que se implantó y, hasta el día de hoy, el producto estrella de la empresa. Ya en los últimos años, destaca la importancia del sistema Easy-Tributos, actualizado para atender obligaciones como EFD-Reinf y e-financiera, además de Easy-eSocial, el sistema más actual en el portafolio.

Easy-Way trabaja constantemente con la misión de «brindar a sus clientes la mejor solución tributaria y atenderlos con excelencia y calidad, siendo líder de mercado en su segmento, con el auxilio del mejor equipo. Hacer de cada profesional de la empresa el mejor profesional del mercado y mantener un ambiente de trabajo donde todos los colaboradores estén predominantemente felices».





La empresa está comprometida con la generación de valor a los clientes, colaboradores, accionistas y comunidad. La satisfacción y confianza que cada persona deposita en nuestro trabajo se vuelve nuestro mayor patrimonio. Como resultado de esta dedicación, actualmente, más de quince mil empresas, de los más diferentes segmentos, utilizan los sistemas Easy-Way y cumplen sus obligaciones a tiempo, sabiendo que pueden contar con compañeros serios y confiables.

La empresa entiende que la gestión humana es esencial en la relación entre empresas y sus públicos. El buen entendimiento y el servicio eficaz de las necesidades de sus públicos posibilitan la construcción de una reputación corporativa positiva y la perennidad de la empresa. Además, la compañía promueve la multiplicación de conocimiento y constante capacitación por medio de divulgación de noticias sobre la realidad tributaria, materiales de los sistemas, participación en eventos y entrenamientos internos. El profundo compromiso de Easy-Way con la calidad en todos los procesos, aliado a la agilidad y capacidad, los vuelve aptos a atender a las necesidades de nuestros públicos.

**«EASY-WAY ENTIENDE QUÉ LA GESTIÓN HUMANA ES ESENCIAL EN LA RELACIÓN ENTRE EMPRESAS Y SUS PÚBLICOS»**

Es una empresa que se posiciona como especialista en sistemas para las áreas contable, fiscal y tributaria, aportando para la construcción de una sólida reputación corporativa; una empresa que pauta su actuación en principios de transparencia y valora acciones de responsabilidad social y ambiental, siendo comprometida con la ética y aliándose a instituciones que actúan de la misma manera, como la Fundación Abrinq (Programa Empresa Amiga del Niño, por sus siglas en portugués) y Casas André Luiz (Premio Empresa Iluminada). Además, recibimos el certificado Industria Limpia de la ABES (Asociación Brasileña de las Empresas de Software).

Al ser ejemplo de trabajo ético y al mantener y divulgar su aparcería con instituciones reconocidas por importantes acciones para la sociedad, incentivan a los clientes, proveedores y compañeros a adoptar valores y actitudes que hagan la diferencia para la sociedad, realidad ya inherente a la cultura de Easy-Way, aportando aún para la reputación corporativa.

**Bioma Ambiental**

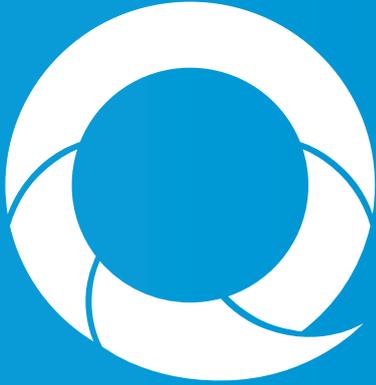
[www.biomaambiental.com.br](http://www.biomaambiental.com.br)

**Análises Físico-Químicas e Microbiológicas**

Água natural e mineral  
 Efluentes / Solo  
 Alimentos / Fármacos  
 Produtos veterinários  
 Laticínios, Controle Ambiental  
 Validação de limpeza  
 Validação de água

Rua Coronel José de Castro, 375 - Centro - CEP 12.701-450 - Cruzeiro/SP  
**Telefones (12) 3144-4203 / 3211-9049**

**Conheça-no, entre em nosso site e faça um tour por dentro da BIOMA AMBIENTAL**



# LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

## QUALITY IS OUR MISSION

Via Ricardo J. Alfaro,  
The Century Tower Of. 401 - 03  
Ciudad de Panamá  
WhatsApp: 507 65332637  
Phone: (507) 836 - 5137  
E-mail: [info@laqi.org](mailto:info@laqi.org)  
[www.laqi.org](http://www.laqi.org)

 [www.laqiblog.blogspot.pe](http://www.laqiblog.blogspot.pe)

 [www.linkedin.com/in/laqiquality](http://www.linkedin.com/in/laqiquality)

 [www.instagram.com/laqi.quality](http://www.instagram.com/laqi.quality)

 [www.youtube.com/LAQIQualityChannel](http://www.youtube.com/LAQIQualityChannel)

 [www.twitter.com/LAQI\\_quality](http://www.twitter.com/LAQI_quality)

 [www.flickr.com/photos/laqi\\_quality/albums](http://www.flickr.com/photos/laqi_quality/albums)