LATIN AMERICAN
QUALITY INSTITUTE

REPORTE QUALITY FESTIVAL 2018

EDITORIAL

04 DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA
MENSAJE DEL PRESIDENTE

06 REPORTE EJECUTIVO
CONFERENCIAS

08 CLAUDIA HUELMO
RENTABILIDAD DEL MARKETING SUSTENTABLE

12 DANIEL TIGANI
RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD TOTAL CON LA RSE

16 JAIME ESPAÑA ERAZO
¿QUÉ ES SER LAQINOAMERICANO?

20 DANIEL PONCE
DE COLABORADOR A PROTAGONISTA DE LA ORGANIZACIÓN CON LA GERENCIA DE FELICIDAD

22 ALDO PIÑERO
TOTAL QUALITY MANAGEMENT

34 JAIME ESPAÑA & FERNANDO PASARELLI
LAQI Y LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU

36 QUALITY FESTIVAL 2018
FOTOS DEL EVENTO

52 IMPACTO MEDIATICO
TRASCENDENCIA DE LA CUMBRE EN LOS MEDIOS

DANIEL MAXIMILIAN DA COSTA

DHC, CEO & FOUNDER
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

ESTIMADO LAQINOAMERICANO

Este año que finaliza, lo hace dejando nuevas herramientas y enseñanzas para los miembros y el crecimiento de sus empresas, culminando con éxito con la XII edición del **Quality Festival**, celebrado en **Punta del Este - Uruguay** los días **20, 21 y 22 de noviembre.**

Esta cumbre significó la reunión de más de 400 representantes de empresas, quienes fueron capacitados y posteriormente galardonados con el **Latin American Quality Awards 2018,** siendo reconocidas como empresas líderes en su rubro.

LAQI es una organización, que estos últimos 12 años, generó lazos con más de 3000 empresas en Latinoamérica, fomentando las buenas prácticas empresariales a través de nuestro Modelo de Excelencia, **LAEM**, el cual involucra los lineamientos de Calidad Total, RSE, Desarrollo Sostenible, Comercio Justo y Excelencia Educativa.

Es por eso que nos satisface, cada año, tener la presencia de nuevas empresas líderes que se unen a nuestra Red Empresarial Latinoamericana junto a las empresas miembros que renuevan su compromiso con la Responsabilidad Total Empresarial y participan en nuestras cumbres para mantenerse actualizados en temas corporativos.

Actualmente, la mayoría de nuestras empresas brillan con luz propia en un mercado altamente competitivo, ya que han internalizado en su ejercicio empresarial nuestro Modelo de Excelencia, **LAEM** y, optimizando así, su gestión y visión empresarial.

Es por eso que **LAQI** cierra este año brindándole el **Reporte Quality Festival 2018**, donde encontrará el resumen ejecutivo de cada conferencia realizada por nuestros especialistas quienes con sus ponencias contribuyeron al desarrollo de las empresas participantes, brindándoles ese valor cognitivo necesario para el crecimiento de las mismas.

Esperamos que este documento haga un llamado a la acción y puedan poner en práctica estos nuevos lineamientos en su actividad corporativa y promover las buenas prácticas empresariales.

Atentamente,

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

REPORTE EJECUTIVO

(CONFERENCIAS)

Latin American Quality Institute (LAQI) a través de este **Reporte Quality Festival 2018** responde a su compromiso de empoderar con nuevos conocimientos a todo **LAQInoamericano** miembro de nuestra red empresarial. De esta manera, impulsamos su crecimiento y fomentamos las buenas prácticas empresariales mediante nuestro modelo excelencia, **LAEM**, reflejados en los nuevos lineamientos presentados en esta cumbre empresarial latinoamericana.

Es por eso que gracias a estos lineamientos cada uno de los líderes empresariales consigue ampliar su visión y gestión corporativa, además de aumentar su perspectiva con respecto a la toma de decisiones para el bien de sus organizaciones.

Es en este sentido, presentamos este **Reporte Quality Festival 2018** con los resúmenes de las presentaciones de cada uno de los especialistas y los alcances mediáticos conseguidos de nuestra cumbre empresarial.

LAQI hace un llamado a la acción e insta a cada **LAQInoamericano** a poner en práctica en la acontecer diario de sus empresas estos nuevos lineamientos, para que sigan su camino hacia la Calidad Total y sean una empresa ejemplo de éxito en sus países y contribuyan en el desarrollo del empresariado latinoamericano.

CLAUDIA HUELMO

DIRECTORA EN CO-MARKETERS

URUGUAY

CORREO ELECTRONICO

claudiahuelmo@gmail.com

TELEFONO

+598 96448818

LAQI SPEAK UP

RENTABILIDAD DEL MARKETING SUSTENTABLE

En estos momentos de economías tan cambiantes, con crisis y movimientos que prevalecen en los mercados, resulta adecuado para toda empresa plantearse el sentido y la viabilidad de la sustentabilidad como apalancamiento de creación y protección de valor, no sólo empresarial, sino también ambiental y social.

Es necesario que las empresas se enfoquen en un interés genuino por tener un impacto en la sociedad; innovando con propuestas diferentes y generando la correcta implementación de estrategias de marketing que incluyan la sustentabilidad como parte de su ADN empresarial.

Es bien interesante poder identificar a las empresas que trabajan con un plan comercial que incluye al marketing sustentable como un elemento que añade valor y promueve sus ventajas competitivas, a través del replanteamiento de sus procesos, empaques, distribución y comunicación de los productos y servicios dirigidos hacia las prácticas sustentables, como la mejor vía para que una organización aumente sus beneficios, su eficiencia y su permanencia a largo plazo.

Así, como las empresas orientan sus roles hacia la sustentabilidad, también existe un segmento de consumidores que basa sus decisiones de compra en aspectos éticos y responsables.

Lo primero que cuestionan las empresas; es por donde comenzar y cómo lograr el objetivo de sustentabilidad como corporación. Y ahí debemos remontarnos a los orígenes del marketing sustentable. Ya en la década de los 50' el marketing se orienta más a la venta de productos, en mayor cantidad, entendiendo al consumidor y tratando de satisfacer sus deseos o necesidades. Luego en la década del 70 y más; comienzan a ser cuestionadas las prácticas de marketing en las empresas, en cuanto a la sustentabilidad entre otros; en cuanto al cuidado medioambiental; viendo que tan responsables

son las empresas con el cuidado del planeta, su rentabilidad y cómo afectan a la sociedad en su conjunto las prácticas de diferentes estrategias empleadas.

Lo que en su momento se enfatizó; el cuidado en satisfacer las necesidades por medio de una correcta planificación, organización, implementación y control mediante un compromiso hacia el consumidor por parte de toda la organización; hoy día ha ido cambiando para una orientación que cumple con lo anteriormente dicho; pero agrega tres pilares fundamentales:

LA SUSTENTABILIDAD COMO SINÓNIMO DE CUIDADO SOCIAL

Una empresa comprometida con los valores y objetivos de su comunidad.

RESULTADOS ECONÓMICOS

La toma de decisiones que permitan mediante la sustentabilidad, generar ahorro, y rentabilidad creciente y constante a las empresas.

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Que las buenas prácticas de marketing sustentable lleven a la empresa a aportar en el cuidado del planeta.

Las empresas hoy son cada vez más conscientes en cuanto a la implementación de buenas prácticas de marketing basadas en criterios de desarrollo sustentable. Saben que es un factor clave para generar confianza en los consumidores y lograr buenos negocios.

AHORA BIEN; LA PREGUNTA ES ¿CÓMO LOGRARLO?

Entendemos que para poder modificar algo, debemos analizarlo. Las empresas deberán medir sus prácticas actuales; en cuanto al impacto ambiental, social y económico. Saber en que lugar se encuentran en cuanto a su propuesta y resultados esperados. Medir todo lo relacionado al planteamiento comercial; desde la compra de materia prima hasta el producto final. Por ejemplo, en el caso de una fábrica, analizar a sus proveedores, de donde obtienen la materia prima que están vendiendo a su empresa y si cumple con un plan de sustentabilidad. Conocer dentro de la fábrica, cuanto es enviado a residuo y cuanto se recicla, reducir emisiones. Desde el área de marketing de la empresa, generar una comunicación clara al consumidor, puede ser mediante sellos en los productos, donde indiquen que el producto fue desarrollado con el cuidado de buenas prácticas que cuidan al medio ambiente y aportan a la sociedad, entre otros.

Como todo plan, debe comenzar por el o los líderes de la organización; quienes deberán manifestar un interés genuino en tener un impacto relevante en la sociedad con el correcto cuidado del Medio Ambiente y generar las mejores prácticas comerciales para obtener los resultados esperados. A este liderazgo se deberá sumar el equipo de la empresa en su totalidad cuidando y desarrollando los mismos valores.

Comparto algunos puntos que demuestran razones por las que una empresa que incluye en su plan estratégico la sustentabilidad, logra por consecuencia la rentabilidad.

- La sostenibilidad es prioritaria en el tiempo. Llegar a la planificación a mediano y largo plazo.
- Diferenciación. Posicionamiento diferencial basado en el beneficio
- Muestra eficiencia. Mejora los resultados mediante el uso eficiente de recursos.
- Permite una excelente conexión con el consumidor. Fidelidad del consumidor.
- Mejora la reputación de marca.
- Competitividad. Vuelve exigente a la empresa frente a proveedores, procesos internos y acciones luego de la venta.
- Demuestra liderazgo.
- Ser sostenible es rentable. Brinda imagen de confianza para inversores.
- La sostenibilidad es cada vez más una exigencia del consumidor e influye en sus decisiones de compra.

El marketing sustentable es un asunto primordial en múltiples organizaciones, es un enfoque de negocio basado en el cuidado ambiental, social y económico mediante una estrategia integral. Es un modelo de negocio que le agrega valor al consumidor, que ayuda al planeta y además comunica de manera efectiva la imagen de la organización.

DANIEL TIGANI

SECRETARIO DE INDUSTRIA – FECOBA

ARGENTINA

CORREO ELECTRONICO

tiganidaniel@gmail.com

TELEFONO

+54 9 11 30191433

LAQI SPEAK UP

RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD TOTAL CON LA RSE

Hablar de Calidad Total en siglo XXI cómo una necesidad imprescindible para la competitividad de cualquier organización parece casi una obviedad, sin embargo, cuando intentamos relacionar los objetivos de la Calidad Total con la Responsabilidad Social de una organización, tenemos recurrir obligatoriamente al enfoque holístico, para poder visualizar la complementación de ambos objetivos. El holismo es una posición metodológica y epistemológica que postula cómo los sistemas y sus propiedades, deben ser analizados en su conjunto y no sólo a través de las partes que los componen.

EL ENFOQUE HOLÍSTICO

En primer lugar, es importante resaltar que ninguna empresa u organización funciona aislada de un Ecosistema de negocios y que las organizaciones competitivas demandarán ecosistemas de negocios competitivos. Ecosistema de negocio se refiere al entorno donde las empresas se interrelacionan y compiten. Tal como su nombre parece informar, en ecosistema de negocios se comporta como un organismo vivo. Los organismos vivos presentan diferentes estados de salud.

Cuando hablamos de competitividad, si consideramos la situación ideal, un organismo vivo es competitivo solo si se encuentra saludable. Consideremos un deportista como modelo y tendremos que concluir que más allá de su talento natural, disciplina y riguroso entrenamiento, competir sin estar en perfectas condiciones de salud disminuirán rotundamente sus probabilidades de triunfar en una competencia. Con ese mismo criterio la salud del ecosistema es requisito ineludible para la competitividad de sus organizaciones.

Las empresas más allá de sus responsabilidades hacia proveedores, clientes, accionistas y personal deben contribuir a la creación de ecosistemas saludables para su éxito y sustentabilidad. La sustentabilidad es la acción del hombre con relación a su entorno.

LA CUESTIÓN ÉTICA

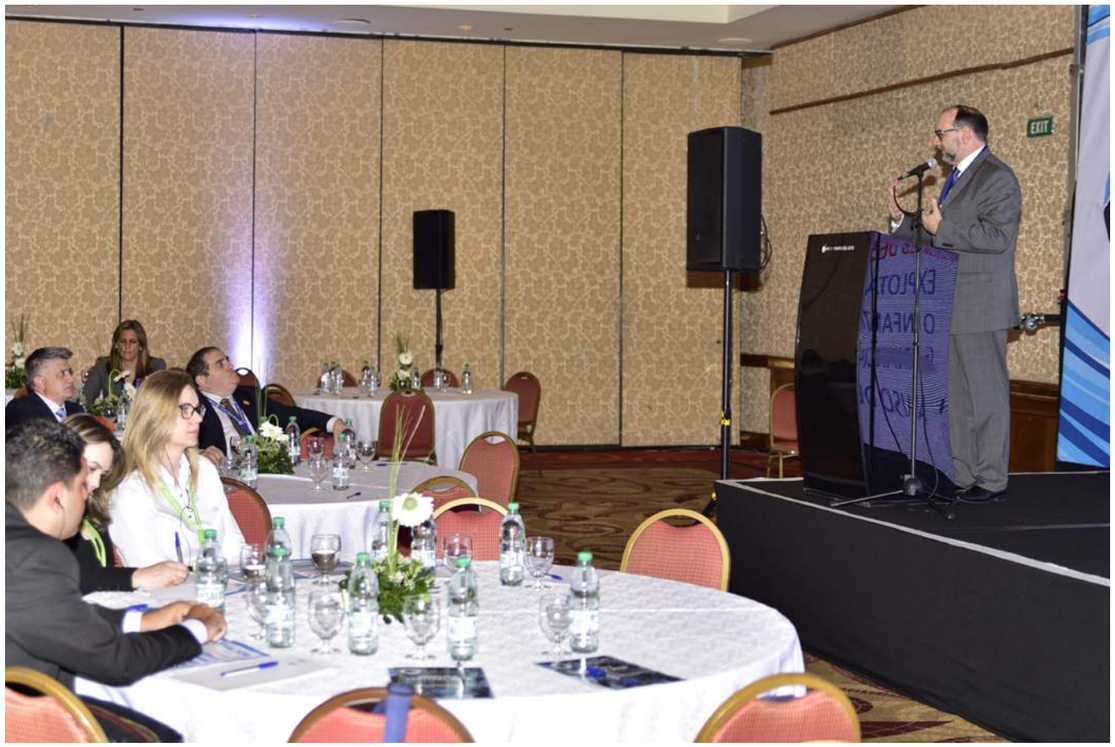
La segunda cuestión imprescindible en la interrelación propuesta es la ética. La creación de un ecosistema saludable no nos debe distraer, acerca de este principio, porque la competitividad a cualquier costo no solo es desleal, sino que en algunos casos es directamente inmoral. Cuestiones como la explotación laboral (trabajo, esclavo o infantil), las ganancias desmedidas por abuso de posición dominante y el abuso del medio ambiente, son como mínimo repudiables.

CONSISTENCIA

Respetando las dos consideraciones de mínima, que mencionamos previamente, podemos abordar ahora un análisis de consistencia entre los objetivos que persiguen los temas que pretendemos relacionar a partir de sus definiciones.

Consideramos primero la definición de **calidad** como "la medida de la dimensión en la que una cosa o experiencia satisface una necesidad, resuelve un problema o agrega valor para alguien." Por su parte **"Responsabilidad social es el compromiso u obligación, que poseen los individuos miembros de una sociedad o empresa, para contribuir al logro de una sociedad más justa y proteger el ambiente."**

Si consideramos que una **sociedad más justa** y la **protección del medio ambiente**, son necesidades del ecosistema, solucionan muchos problemas y además son de gran valor, encontramos la **interrelación** perfecta de ambos conceptos.



EL CONCEPTO DE VALOR

Sin lugar a duda, las organizaciones pueden crear o destruir valor. Conceptos de valor a crear o destruir:

- Valor económico (inversiones, ganancias, impuestos, etc.)
- Valor agregado (trabajo, cultura, capacitación)
- Valor estratégico (logro de objetivos de progreso prefijados)
- Valores morales y comportamientos éticos

Considerando el ecosistema y el legado las próximas generaciones, el valor estratégico estará íntimamente relacionado con desarrollo sustentable y la responsabilidad social. Bajo estas premisas podemos decir que **"la Calidad Total es solamente el requisito mínimo de la Responsabilidad Social de una organización".**

LA ORGANIZACIÓN ENFERMA

La experiencia me permite afirmar que existe una enfermedad que es mucho más frecuente encontrarla en organizaciones que en individuos y se trata del trastorno de espectro autista (TEA). Los individuos que padecen este trastorno suelen manifestar dificultades en el comportamiento, la interacción, la comunicación y el aprendizaje. También manifiestan intereses limitados y actúan con conductas repetitivas.

De acuerdo con su contribución al ecosistema podemos decir, que una organización enferma tiene un desempeño por debajo del nivel de competitividad (ineficiencia). Demanda atención y asistencia del resto del ecosistema (destruye valor). Finalmente, no puede cumplir con sus responsabilidades (ineficaz).

LA NECESIDAD DE UN NUEVO CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN DE CLASE MUNDIAL

Concluyendo, podemos observar la necesidad de ampliar el concepto de empresas de Clase Mundial, que antes se limitaba a cuestiones de Calidad Total y productividad.

Este nuevo concepto simplificado, es el que se ha dado a conocer en las llamadas Organizaciones de triple impacto o empresas que certifican como Sistema B.

El nuevo concepto de Clase Mundial determina "organizaciones que nacen y se desarrollan para resolver problemas, suplir necesidades y agregar valor, de manera sustentable y socialmente responsable."

JAIME ESPAÑA

PRESIDENTE DE LA RED GLOBAL DE MENTORES

COLOMBIA

CORREO ELECTRONICO

jaime@vigorempresarial.com

TELEFONO

+57 3102139741

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS

¿QUÉ ES SER LAQINOAMERICANO?

Año a año afianzamos y comprendemos más la responsabilidad que conlleva de llamarnos LAQInoamericanos.

El paso del tiempo nos une como un colectivo humano que desea liderar un mundo mejor y para ello caminamos el valioso sendero de la solidaridad bondadosa, la cultura del bienestar y la fuerza del amor, tres componentes fundamentales en el mundo empresarial.

- Solidaridad bondadosa.
- Cultura del bienestar
- Fuerza del amor

Veamos cada uno de ellos.

SOLIDARIDAD BONDADOSA

El empresario o ejecutivo que entiende la solidaridad bondadosa, defiende inteligentemente los intereses de otros porque comprende que simultáneamente defiende los propios, en otras palabras, aplica una forma defensa colectiva.

Por ello la solidaridad social y empresarial es algo realista, urgente y eficaz, pues al aceptar la bondad como la cualidad de una persona para hacer el bien, ayudar a otros y evitarles sufrimientos, es más fácil comprender también que el pago de impuestos, los aportes de seguridad social, entre otros, son una forma de solidaridad, que sumada al autocontrol aseguran la correcta administración de los dilemas éticos que surgen en el ambiente empresarial.

CULTURA DEL BIENESTAR

La cultura del bienestar es inherente a la responsabilidad social, a la salud laboral y a la productividad organizacional por cuanto mejora cifras como:

- Incremento en la productividad de 20%
- Reducción de enfermedades e incapacidades en 24%
- 3 veces más posibilidad de retener buenos talentos

Se desarrolla al practicar **humanidad**, al promover el **bien común**, al respetar los **mínimos establecidos** para compartir sanamente un lugar, una empresa, un espacio, un planeta, teniendo claro que siempre hay **"un otro"**, **"un otro"** muy cercano y también **"un otro"** distante y que ambos merecen la misma **cultura de humanismo y bienestar.**

FUERZA DEL AMOR

No se puede amar, respetar, ni controlar lo que no se conoce, así que el autoconocimiento es fundamental para alcanzar las dosis de respeto y control necesarios para elevar el amor propio y definir como se quiere vivir y laborar.

El amor se fortalece al aceptar que existe un orden natural que nos une y nos otorga el derecho de pertenecer a un determinado sistema y que nos presenta el deber de aportarle equilibrio so pena de ser excluido del sistema en mención.

El amor es la fuerza que ilumina, atrae y multiplica. Si queremos supervivir sin limitarnos a sobrevivir, creo que la fuerza del amor es la única respuesta. Quizá por ello Erick Fromm, en su libro el arte de amar escribió "Amor es la solución madura al asunto de la existencia humana"

Y yo guardo la esperanza que en cada ser humano se hospede la energía de amor suficiente para transformar el mundo. Por eso me encanta ser LAQInoamericano porque encuentro en esta comunidad un valioso grupo de personas con deseos de amar y aportarle belleza al mundo.

Y por eso propongo que los **LAQInoamericanos** proclamemos abiertamente el siguiente compromiso público.

COMPROMISO DE TODO LAQINOAMERICANO

Reconozco el compromiso que asumo al unirme a esta comunidad y acepto respetar mis obligaciones éticas y legales ante todos mis grupos de interés.

Prometo acatar el **LATIN AMERICAN EXCELLENCE MODEL**, que me exhorta a caminar hacia la **Calidad Total**, encarar mi gestión con **Responsabilidad Social**, atender mi compromiso comercial salvaguardando la **Sostenibilidad Planetaria**, alcanzar mi meta empresarial respetando los derechos de las **generaciones futuras** y en todo momento honrar los **derechos humanos.**

Una vez más declaro que **amo ser LAQInoamericano**

DANIEL PONCE

MASTER COACH EN PERFORMANCE

PARAGUAY

CORREO ELECTRONICO

daniponperformance@gmail.com

TELEFONO

+595 985909117

GENERACIONES SOCIALES

DE COLABORADOR A PROTAGONISTA DE LA ORGANIZACIÓN CON LA GERENCIA DE FELICIDAD

La gerencia de la felicidad arranca por entender, comprender y contener el contexto en el cual se están desenvolviendo las organizaciones versus su origen de constitución. Así podemos observar que la forma de hacer empresa está basada en modelos del conocimiento estructurados de manera vertical cuyo origen predominante es militar o religioso. Esto ha sido así porque los cambios históricamente eran lentos, estructurados, coercitivos y con poco acceso a la información.

El nuevo contexto socio económico propone un mercado altamente informado, con un tremendo acceso a medios de alto impacto en la reputación de las organizaciones, regulaciones que además acentúan esta situación y generaciones hiperconectadas a la nuevas tecnologías. Las redes sociales conectan usuarios de una manera extraordinariamente global y esto pone en jaque a las organizaciones verticales que tienen modelos estructurados lentos y por departamentos que otras vez presentan problemas de relacionamiento.

El teléfono celular ha pasado de ser un medio de comunicación a un elemento de poder a través del cual la persona tiene constituida su vida social. ¿Si preguntamos quién ha cambiado en los últimos años su numero de celular? La respuesta será probablemente que una minoría absoluta. Es que el numero de celular ha pasado a ser el ID a través del cual la persona se conecta con el mundo.

Desde mi opinión esta propuesta es la convergencia de varias generaciones en donde todas buscan ocupar un lugar de predominancia.

El gran desafío entonces es hacer empresa en un mundo hiperconectado, con altísima autonomía, hiperinformado, ágil, cambiante a velocidades inimaginables con estructuras de empresas que básicamente son lo opuesto y que otra vez tienen gravísimos problemas para reclutar talentos, pues las nuevas generaciones ya no quieren pertenecer a estructuras formadas por áreas. Lo que buscan es tener trabajos que para ellos sean relevantes, contar con autonomía y disponibilidad de su tiempo.
Los factores claves

- Estructurar a la empresa en células, con autonomía, agiles, digitales, interdisciplinarias e interdependientes.
- Conectar el lado humano de las personas con la tecnología. Las redes sociales hoy lo hacen y es central que las organizaciones acompañen esto.
- Pasar del concepto de Líder, Gerente a Gestor. Modificar términos como empleados por colaboradores porque básicamente el nuevo contexto requiere de mucha colaboración.
- Comprender que la experiencia del empleado EX es tan importante como la del usuario UX o la del cliente CX.
- Darse cuenta que no estamos en control. Las organizaciones son seres vivos - están constituidas por personas- y están en constante cambio a una velocidad nunca antes sentida.
- Con una acabada comprensión de la dinámica del ser, se puede tener protagonismo y generar el contexto de felicidad.
- Tener un claro mapa del ciclo de acción efectiva desde entender que cada acción ejecutada pasa a ser parte de la historia de la organización y sobre esa historia se genera una nueva acción.
- Comprender la estructura del resultado. A cada resultado le corresponde una acción que fue hecha en base a un nivel de promesa, compromiso o incondicionalidad y que para que esto pase hubo un acto del habla. Entonces si deseamos modificar nuestro resultado debemos observar conscientemente el mundo conversacional de nuestra organización.
- Si el mundo conversacional es clave para los resultados lo mejor que podemos hacer es ser impecables con la palabra.

CONCLUSIÓN

Si entendemos que la dinámica del ser y la tecnología son la causa, tendremos como resultado éxito en la gestión de la gerencia de la felicidad.

ALDO PIÑERO
DIRECTOR EN ATP
ARGENTINA

CORREO ELECTRONICO
aldopinero@gmail.com

TELEFONO
+54 9 11 65861248

NUEVAS TENDENCIAS

TOTAL QUALITY MANAGEMENT

*"Los valores son esas cosas que todo el mundo sabe que existen, pero siempre olvidan"**. Anonimo***

¿Nuevas tendencias? Representan una situación de CAMBIO CONTINUO , pero.... cambio constructivo y rentable, tal vez con un -poco- de filosofía? SI..., sobre manera en la actualidad -era tecnológica más profundos cambios sociales, como veremos mas adelante durante el tratamiento de una -gestión equilibrada de las generaciones-.

La cuestión inicial que deberemos abordar será respondiendo la siguiente pregunta:

¿Seré capaz de generar cambios proponiendo nuevas ideas? . Claro que sí... ¿Como? asumiendo que la intención para generar el cambio surge del QUE (que quiero, que deseo, que necesito, que...que...que...) pero claro con los QUE solemos elevar nuestra categoría al sueño largo, profundo, no equilibrado y por ende sumamente anti rentable.

Entonces deberemos agregar el COMO, para de tal manera, pretender encontrar nuevas formas (ideas materializadas).

LA AMBIGÜEDAD

Las propuestas "nuevas ideas" deben excluyentemente ser "mensurables" orientada a la "diminución de la zona de ambigüedad (reflejada seguramente en el resultado emergente del costo oculto). Por ejemplo, como se nota en el cuadro lo primero tener claro el saber cómo agregarle/compararlo con el saber porque y al encontrar el pretendido resultado (mensura) comparar la zona de ambigüedad actual (denominada zonas grises o de incógnita o no resuelto su mensura y luego volver a cuantificar la dimensión de la banda de zona gris, ello posibilitará encontrar resultados en términos porcentuales o directamente financieros.

Nota: el valor tangible generalmente en las organizaciones esta claramente cuantificado. ¿Pero... y... el valor intangible? ¿Está cuantificado? ya que alcanza a toda la cadena de valor que veremos más adelante.

SUMA DE VALORES

Los valores en la organización están presentes desde el inicio de ésta, el valor surge al pretender materializar la idea (sueño), claro esta.... que los mismos suelen ser parcialmente actualizados para adaptar resultados ante los cambios humanos, tecnológicos y comerciales... aunque deberemos tener presente que la adaptación debe ser mínima, porque valor es signo de historia sumada .

- Modernidad/Actualidad

Dos ejemplos que definen que la modernidad surge de la antigüedad, claro.... Incorporando la tecnología para tales cuestiones/definiciones

Una empresa Farmaceutica corporativa mundial implemento el denominado "horario flexible" para todos sus agentes en el mundo no afectados directamente a procesos continuos operativos – AÑO 1976

Una empresa Petroquimica de la Argentina en el año 1983 reunio a todos sus gerentes para indicarles la elaboración de la misión, visión y valores, fue sorpresa de ellos al notar que de los talleres surgió que se escribió lo que se hacía, claro con un formato alineado, concluyéndose como un acto de "refundación", vigente en la actualidad.

Algunos de ellos son:

- Identificar o eliminar o minimizar las operaciones y actividades asociadas con riesgos a la Salud de las personas, promoviendo un ambiente de trabajo seguro.
- Proteger el medio ambiente, a través de la prevención de la contaminación ambiental, el uso racional de los recursos naturales, el fomento del ahorro energético y la reducción, reciclado y reutilización de residuos.
- Promover el desarrollo de políticas, normas y procedimientos de Cuidado del Producto en todos los eslabones de la cadena de suministro que integra la Empresa.

Entonces.... ¿podremos decir que no -hay nada nuevo- sino una actualización?. Por supuesto que NO, por ejemplo: trabajar en casa, el comúnmente denominado HOME

Ademas, aunque obvio, tendremos presente que la suma de cumplimiento de los valores estará dada por la totalidad de los integrantes de la cadena de valor, tal como resalta la figura que continua y la ayuda que podrá darla la actividad práctica

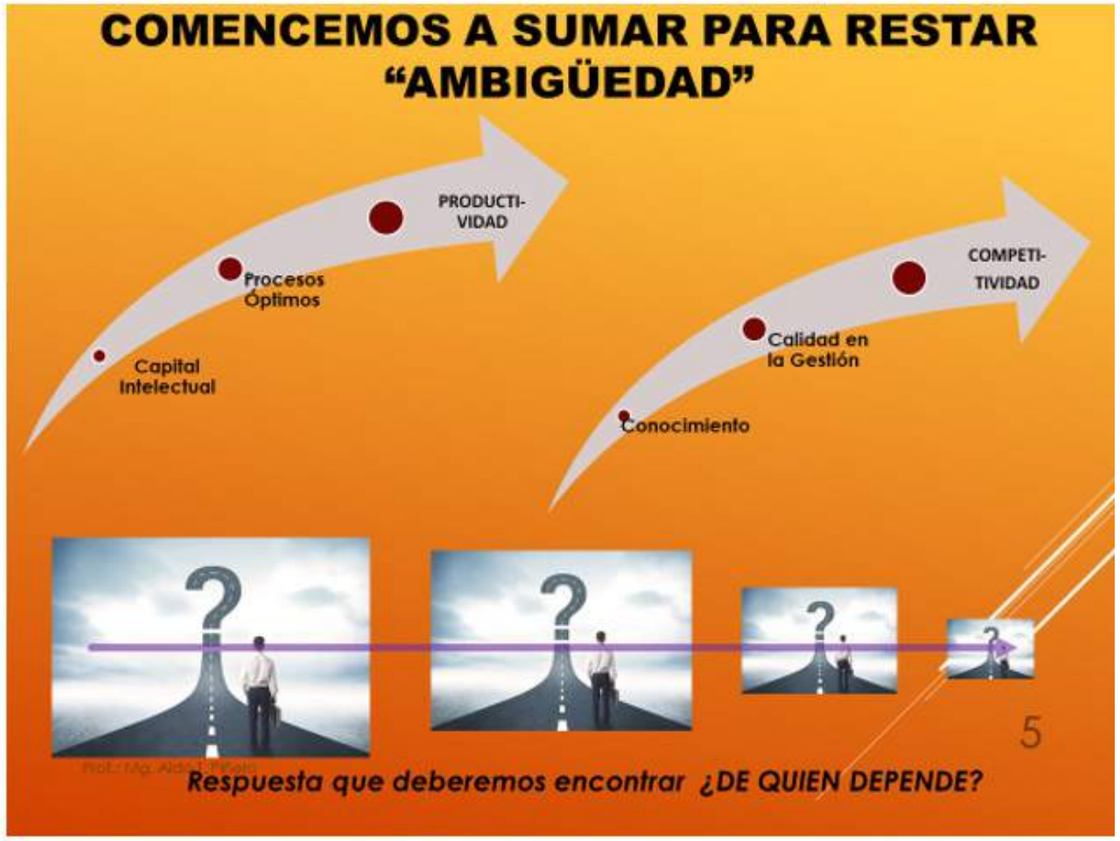
PRODUCTIVIDAD VS COMPETITIVIDAD

Recomiendo antes de desarrollar este punto leer y asegurarse de comprender el alcance de los términos. ¿Por qué tal énfasis? Porque la productividad está compuesta por tecnología aplicada, recursos humanos, sociedad intergeneracional y contiene "alto costo oculto" que como se expreso es sumamente complejo identificarlo, un verdadero desafío.... contrariamente a la valorización de la competitividad cuyo impacto económico surge de la gestión de administración

COMENCEMOS A SUMAR PARA RESTAR "AMBIGÜEDAD"

Como se ha mencionado precedentemente, comenzaremos por -Productividad- aplicando la medición del capital intelectual (el reservorio mas oneroso que posee la empresa, muchas veces descuidado) los procesos a los cuales se les brinda mayor dedicación, pero aislado del hombre, cuando en realidad la valorización correcta estará dada por la suma de (capital intelectual + procesos óptimos + tecnología aplicada).

Luego continuaremos con -Competitividad- aplicando la medición del conocimiento y calidad en la gestión (a través de un generoso y certero balanced scorecard) con estándares estudiados y claramente definidos sobre la posibilidad y certeza



PRODUCTIVIDAD ¿VS? Y/O ¿+) COMPETITIVIDAD

PRODUCTIVIDAD	COMPETITIVIDAD
Cantidad de productos obtenida mediante un sistema productivo y los recursos empleados en su producción. Asegurando que el indicador de eficiencia que se obtiene de la relación entre el producto obtenido y la cantidad insumos laborales invertidos en su producción tenga equilibrio integral	Capacidad de proporcionar productos y servicios con mayor eficacia y eficiencia frente a sus competidores Asegurando la competitividad al ofrecer calidad, fiabilidad, rapidez y flexibilidad a la vez que rentabilidad.

PLATAFORMA DE VALOR

Hemos mencionado reiteradamente la importancia de los integrantes de la plataforma y su importancia en los resultados finales, por ello considero que deberemos analizar si cada cambio en modelos integrados o parciales son tenidos en cuenta el impacto resultante a cada uno de los capitales mencionados; por cuanto, omitir encontrar el balance/equilibrio de los totales de los tres capitales seguramente no llevará a calcular el VALOR organizacional equivocado con el consiguiente quebranto en competitividad que veremos reflejado mas adelante en temas como – precio, valor, imagen, etc.

COMENCEMOS CON LA SOLUCIÓN

Hemos expresado la conveniencia de sumar al QUE el COMO, ahora bien, para asegurarnos que las expresiones sin mensura nos llevan normalmente a convertirlas en deseos, situación ésta que seguramente alterara el equilibrio del capital; por lo que invito realizar la evaluación que continúo recordando que la revisión varias veces nos garantizará la máxima certeza en el resultado

POR ÚLTIMO SUMAMOS LOS TRES ASPECTOS QUE MAYORES DIFICULTADES NOS PRESENTAN

APRENDIENDO A GESTIONAR LA CONVIVENCIA INTERGENERACIONAL EN LA CADENA DE VALOR

Como lo estamos reflexionando.... la mayor dificultad en la gestión de la calidad organizacional resulta la convivencia de las diferentes generaciones desde los denominados Babys Bomber hasta los denominados Millians, ya que el equilibrio generacional esta vigente en toda la cadena de valor.

Resultando conveniente alcanzar el equilibrio entre la EXPERIENCIA EN GESTION y la FUERZA INTELECTUAL TECNOLOGICA, por lo que se sugiere realizar un análisis muy elaborado consistente en distribución de la fuerza laboral, distribución del compuesto de los consumidores y clientes potenciales y la instalación de la fuerza tecnológica aplicada a resultados.

DESECHANDO VIEJAS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

El arribo de la era tecnológica provoca la necesidad de re-educar a la sociedad laboral existente y educar a la sociedad laboral inicial, por cuanto la evolución de la capacidad laboral no tiene retroceso, ello manifiesta alta preocupación en todos los actores sociales (gobierno, empresas, escuelas, familia), por cuanto la calidad esta influida por el cambio actual.

"En 2025 más de la mitad de los puestos de trabajo que hoy existen serán reemplazados por tareas que realizarán máquinas, según un estudio del Foro Económico Mundial (FEM) que analiza el impacto de la automatización y de las nuevas tecnologías en este sector laboral.

El estudio, titulado "El Futuro del Trabajo 2018 y publicado hoy, se basa en entrevistas realizadas a ejecutivos y directores de recursos humanos de 20 países -desarrollados y emergentes- y 12 áreas industriales distintas que gestionan más de 15 millones de empleados en el mundo.

El texto muestra que la robotización podría hacer desaparecer 75 millones de empleos en el mundo de aquí a 2022, dado que se calcula que, en 2025, las máquinas realizarán la mayoría de las tareas ordinarias que actualmente realizan los humanos.

A pesar de que la revolución robótica tendrá dichas repercusiones negativas, su generalización podría tener un impacto positivo en el empleo humano, según la proyección del informe, dado que se calcula que se podrían crear 133 millones de empleos nuevos en el mundo.

Concretamente, el informe espera que en el próximo lustro se creen 58 millones de empleos.

Los expertos del FEM destacan, no obstante, que para que dichos empleos puedan ser ejercidos, los trabajadores tendrán que hacer un enorme esfuerzo de formación y adaptación.

Asimismo, los Estados deberán desarrollar los mecanismos para proteger al incesante número de trabajadores que trabajarán de forma autónoma.

El informe da algunos ejemplos de su muestra, como que el 84 % de las empresas estadounidenses con operaciones en Reino Unidos consultadas dijeron que piensan automatizar parte de su trabajo en el próximo lustro."

¿BUENA O MALA CALIDAD?

Mientras avanza el tiempo es mayor la inclusión del público en general que incorpora la perceptividad del VALOR por sobre DEL PRECIO, ello nos permite afirmar la INEXISTENCIA masiva de buena o mala calidad, afirmando que existen tantas calidades como personas tienen deseos o necesidad del producto y/o servicio, sobremanera en la medida que el consumo de la tecnología se instala en las diferentes generaciones

Dime para que lo utilizas y lo presentaré como calidad (abc1cd)

NUEVO MARKETING

Pese que aun se diseñan los planes de marketing sobre el clásico 4P, es obvio que ha sido superado hace años cuando se incorporó la prevalencia del 4C sobre tradicional. Claro que al incorporarse masivamente la tecnología informática (redes sociales, e-commerce, etc.)

CONCLUYENDO SUMANDO A LAS CONCLUSIONES DE:

Afirmamos que no vale dudar sobre la necesidad del CAMBIO que esta propuesta en el denominado camino hacia el NUEVO ORDEN MUNDIAL donde la RSE – Responsabilidad Social Empresaria - ya no es una opción, sino una necesidad que marcará la diferencia en la CALIDAD EMPRESARIAL ante la percepción del mundo

Forum Dabos

ODS – naciones unidades

G20 que se realizará en Latinoamérica

JAIME ESPAÑA

PRESIDENTE DE LA RED GLOBAL DE MENTORES

COLOMBIA

CORREIO ELETRÔNICO

jaime@vigorempresarial.com

TELEFONE

+57 3102139741

FERNANDO PASSARELLI

COORDINADOR EN AMIA

ARGENTINA

CORREIO ELETRÔNICO

ferespass@hotmail.com

TELEFONE

+54 9 11 44794319

MASTERMINDS

LAQI Y LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU

Una vez más y con gran éxito utilizamos nuestro Mastermind para sumar conceptos, compartir conocimientos y sumar experiencias en torno del propósito que nos reúne en LAQI como líderes y empresarios que responsablemente nos alineamos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuesto por la ONU.

El poder de nuestro Mastermind reside principalmente en:

- La calidad humana y profesional de los miembros de **LAQI.**
- La sabiduría acumulada en los años de experiencia de cada asistente a nuestros eventos, la que se multiplica en nuestras mesas de trabajo.
- La atmosfera ideal que se construye para que nuestros miembros se escuchen y construyan conocimiento específico en torno de cada tema propuesto.
- El clima de camaradería para que las personas puedan manifestar los retos que están enfrentando y la buena disposición a dar y recibir aportes de los diferentes integrantes de cada mesa.
- El momento de catarsis o proceso de liberación de obstáculos emocionales en la vida de nuestros miembros.
- El momento en que se asume el compromiso público de incorporar lo aprendido, discutido o abordado.
- La sensación de comunidad y establecimiento de sinergias para saber que no estamos solos en el esfuerzo de construir empresa y aportarle belleza al mundo.

QUALITY FESTIVAL 2018

CONOCIMIENTO RECONOCIMIENTO OPORTUNIDADES

CONFERENCIA / CLAUDIA HUELMO - **URUGUAY**

PANEL DE MIEMBROS / FERNANDO PASSARELLI - **ARGENTINA**

I CONFERENCIA / DANIEL TIGANI - **ARGENTINA**

I CONFERENCIA / JAIME ESPAÑA - **COLOMBIA**

I CONFERENCIA / DANIEL PONCE - **PARAGUAY**

I CONFERENCIA / ALDO PIÑERO - **ARGENTINA**

PANEL DE MIEMBROS / DANIEL TIGANI - **ARGENTINA**

MASTERMINDS / JAIME ESPAÑA, FERNANDO PASSARELLI

XII QUALITY FESTIVAL
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Agenda 2030 para el
Desarrollo Sostenible
NACIONES UNIDAS
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

XII QUALITY FESTIVAL

OUR COMMON FUTURE
1972
1973
1987
1992
GOALS

XII QUALITY FESTIVAL
LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE
PROQUIMA
INGENIERIA DEL

LATIN AMERICAN QUALITY INSTITUTE

Centroco

LATIN AMERICA
QUALITY INSTIT

FIERROMAX
Elizabeth Avila

IMPACTO MEDIÁTICO

LAQI proporciona inteligencia empresarial para más de 3000 empresas en la región, a través de nuestra metodología de mejora continua LAEM, conformada por los conceptos de Calidad y Responsabilidad Total.

Publicamos una revista líder, de negocios responsables y de calidad, además de reportes de investigación.

Nuestras conferencias son ampliamente reconocidas como las mejores en el campo de la Calidad Total, Responsabilidad Empresarial y Desarrollo Sostenible.

Para conocer más sobre LAQI y nuestro modelo de excelencia para empresas e instituciones, por favor visite nuestro website:

www.laqi.org

La misión ética de LAQI es ayudar a las empresas de toda América Latina a hacer lo correcto por sus clientes y por el planeta.

Creemos que esto no solo es garantizar un futuro para todos, sino también un buen negocio.

Servimos a las comunidades en materia de Calidad Total, Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo Sostenible, así como también en materia de Reputación, Cumplimiento de Normas y de Gobernanza Corporativa.

Generamos, a través de nuestros encuentros, espacios de inteligencia de negocios y enriquecedoras reuniones de actualidad.

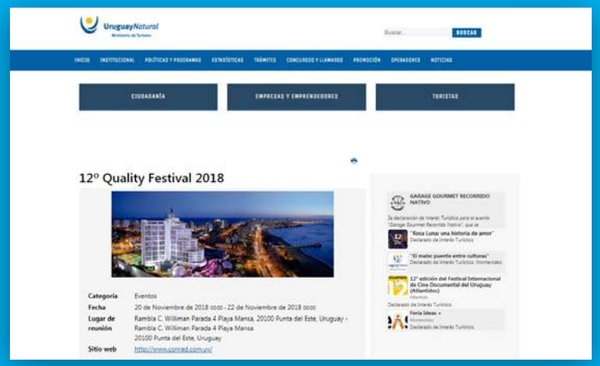
IMPACTO MEDIÁTICO

LA RED 21

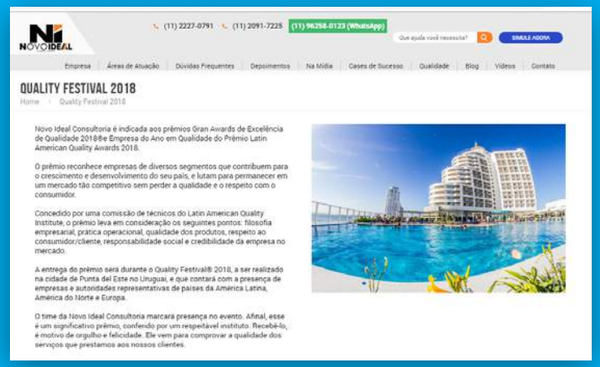
CO-MARKETERS

CO-MARKETERS

MINISTERIO DE TURISMO URUGUAY



NOVO IDEAL CONSULTORIA



CO-MARKETERS

MALDONADO NOTICIAS

PÁGINA SIETE

INOAR

PORTAL DE NOTICIAS / SOMAR

FACULDADE MORGANA POTRICH

FECOBA

PUBLICACIONES EN FACEBOOK

Alejandro Motta está con Laqi Panamá Laqi.
24 de noviembre a las 10:41

Quiero compartir parte del discurso de cierre de la Edición XII del Quality Festival 2018 en la ciudad de Punta del Este - Uruguay.

Un simple pensamiento y una invitación a la reflexión para todos los que lideran empresas y también los que lideran su propia vida.

Felicito y Agradezco a Daniel Da Costa (Presidente de LAQI) por generar un Propósito Institucional para que podamos alinearnos con nuestro Propósito Personal.

71 — 10 comentarios 5 veces compartido

Yndac Tintes está con Tatiana da Cas y 2 personas más.
29 de noviembre a las 13:42

YNDAC PERU SAC participó del Quality Festival 2018 , XII Edición , realizado en la ciudad de Punta del Este , Uruguay , en los dias 20, 21 y 22 de Noviembre, donde recibió el premio de Quality Global Certification.

Nuestra empresa fue representada por el Sr. Luciano Nichetti (director) , su esposa Tatiana da Cas de Lima (directora) y Gilberto Lamb (Supervisor Técnico).

Certificacion esta estipulada por LAQI (Latin American Quality Institute), donde logramos alcanzar los estándares de liderazgo y profesionalismo en conformidad al LAEM (Latin American Excellence Model)

Columna VIP
28 de noviembre a las 07:57 · Me gusta esta página

En Montevideo, Uruguay, ha tenido lugar el XII Quality Festival y entrega de los premios "Latin American Quality Awards 2018", reconocimiento a las Empresas e Instituciones que destacaron por su Gestión de la Calidad y Compromiso con la Responsabilidad Total en la región y de nuevo el colombiano Jaime Cardona Martínez, ha vuelto a ser ganador con su empresa Gestión y Servicios Ambientales S.A.S. -GSA-.

COLUMNAVIP.COM
Jaime Cardona Martinez, Latin American Quality Awards 2018 | Columna VIP

CBA La Paz :: Centro Boliviano Americano Pagina Oficial
29 de noviembre a las 08:09

Reconocimiento a la Calidad Educativa "Latin American Quality Institute"

135 — 33 veces compartido

Fadel
30 de noviembre a las 11:12

🎖🎖🎖 Hoy compartimos con los chicos de administración el reconocimiento obtenido por el Latín American Quality Institute.

#calidadtotal 💡 #desarrosustentable
#responsabilidadsocial #trabajoenequipo

44 — 2 comentarios 1 vez compartido

Daniel Tigani está con Alejandro Motta y 4 personas más.
22 de noviembre a las 22:40

Excelente grupo de especialistas del LAQI Quality Festival 2018 Punta del Este Uruguay

Daniel Da Costa y 46 personas más

Golani Security Group
23 de noviembre a las 18:01

Inmensamente felices y agradecidos por recibir este gran reconocimiento Internacional a la propuesta global de Golani Security Group.
Gracias al Latin American Quality Institute por el reconocimiento a las empresas líderes de la calidad y excelencia, y gracias por confiar en nosotros y guiarnos para la obtención de las certificaciones internacionales de calidad.
Dedicamos estos logros a la gran familia que compone Golani Security Group.

Premios obtenido:... Ver más

Claudia Huelmo compartió un álbum.
23 de noviembre a las 23:11

Tres días que nos permitieron conocer a personas maravillosas de toda América Latina. 🙌
🙏Gracias Latin American Quality Institute por la invitación y la confianza depositada en mi persona para exponer sobre un tema tan interesante. "Rentabilidad del Marketing Sustentable" alineado a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de ONU. Ha sido un honor.

PUBLICACIONES EN INSTAGRAM

escolafavinhodemel • Seguir
Enjoy Punta del Este

escolafavinhodemel Quality Festival 2018. #qualityfestival2018 #laqi2018 #latinamericanqualityawards2018 #vemprafavinho #favinhoprasempre #educaréumaarteamarfazparte #educaçãoinfantilportoalegre #criançasfelizesadultossaudáveis

15 Me gusta
21 DE NOVIEMBRE

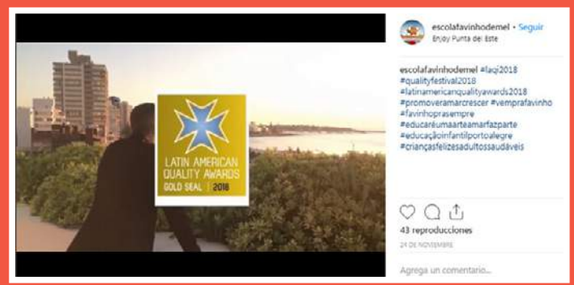
Agrega un comentario...

alessa_rodrigues • Seguir
Enjoy Punta del Este

alessa_rodrigues Amigas de Laqi para toda a vida ❤! #qualityfestival2018

34 Me gusta
20 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...

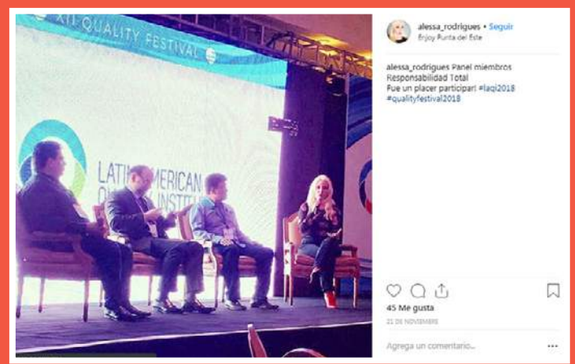


escolafavinhodemel • Seguir
Enjoy Punta del Este

escolafavinhodemel Que privilégio participar do Quality Festival 2018 nas dependências do antigo Conrad Cassino & Hotel, atual Enjoy Punta Del Este. #ods #agenda2030 #laqi2018 #qualityfestival2018 #latinamericanqualityawards2018 #promoveramarcrescer #vemprafavinho #favinhoprasempre #educaréumaarteamarfazparte #educaçãoinfantilportoalegre #criançasfelizesadultossaudáveis

14 Me gusta
24 DE NOVIEMBRE

Agrega un comentario...



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
www.laqi.org

www.laqiblog.blogspot.pe

www.linkedin.com/in/laqiquality

www.instagram.com/laqi.quality

www.youtube.com/LAQIQualityChannel

www.twitter.com/LAQI_quality

www.flickr.com/photos/laqi_quality/albums