



SECCIÓN B: DETALLE DE LAS ACCIONES IMPLEMENTADAS POR LA SOCIEDAD

En esta sección se detallan los grupos de interés de la Sociedad y las acciones implementadas durante el ejercicio, vinculadas al impacto de sus operaciones en el desarrollo social (prácticas laborales, relaciones comunitarias y con clientes y responsabilidad del producto) y el medio ambiente (materiales, energía, agua, emisiones, vertidos y residuos), complementando la información proporcionada en la Sección A.



GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD

La estrategia de crecimiento de Arca Continental Lindley es congruente con el desarrollo sostenible, donde el aspecto económico, ambiental y social van de la mano, para así generar valor a todos los grupos de interés. Incorporamos nuestras prácticas al compromiso de sustentabilidad de Arca Continental y del Sistema Coca-Cola, reconociéndolo como estrategia transversal a toda la organización.

La Política de Sustentabilidad contempla los lineamientos de transparencia y participación, así como el enfoque del “Triángulo Participativo”, en el que interactúan la comunidad, el estado y la empresa.

La sustentabilidad es un tema estratégico que difundimos durante el año 2016, fortaleciendo la comunicación respecto a los programas de responsabilidad social, reforzando el posicionamiento logrado como compañía responsable y sustentable, y como un socio estratégico en el desarrollo del país.

Grupos de interés de Arca Continental Lindley



Adhesiones y certificaciones de Responsabilidad Social

A nivel del Sistema Integrado de Gestión, Arca Continental Lindley cuenta con las siguientes certificaciones:

- Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Ambiente y Seguridad y Salud Ocupacional bajo las normas internacionales ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001, en las plantas de producción de Arequipa, Callao, Cusco, Huacho, Iquitos, Trujillo y Zárate.
- Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria bajo la norma internacional FSSC 22000 (ISO 22000, ISO 22002-I y Requisitos Adicionales) en las plantas de producción de Arequipa, Callao, Cusco, Huacho, Iquitos, Trujillo y Zárate.
- Certificación SGF de Planta Huacho, que acredita la calidad de las pulpas de frutas producidas, solicitada por los clientes para poder exportar a Europa.

- Certificación Orgánica de Planta Huacho (producción) y Planta Zárate (administración) para la exportación de pulpa de mango orgánico.
- Requerimientos operativos de Coca-Cola (KORE) que aseguran la sostenibilidad en todas las operaciones diarias, y son auditados de forma inopinada por The Coca-Cola Company.

También de forma voluntaria la compañía pertenece a la Asociación de Buenos Empleadores (ABE) de la Cámara de Comercio Americana (AmCham).

Estándares Éticos

Para garantizar los más altos estándares éticos Arca Continental Lindley cuenta con un Código de Conducta Empresarial y un Reglamento Interno de Trabajo.

- El Código de Conducta Empresarial, disponible en la intranet corporativa para todo el personal, es entregado a los nuevos colaboradores y expuesto en las diferentes plantas.
- El Código de Conducta Empresarial, publicado también en internet, está disponible para los socios estratégicos de la compañía como CDA's, clientes, proveedores y público en general.
- La Gerencia de Auditoría Interna está encargada de la elaboración y difusión del Código de Conducta Empresarial, el que contiene los principios y normas de conducta en la organización, siendo el responsable, en conjunto con la Gerencia de Relaciones Laborales y Servicios al Personal, de velar por el cumplimiento de los valores, principios y normas de conducta de la empresa.
- Como mecanismos de denuncia, la compañía cuenta con Líneas éticas -email y teléfono- disponibles para todos los grupos de interés, las cuales llegan posteriormente al Comité de Auditoría.



RESPECTO Y COMPROMISO HACIA LOS COLABORADORES

En concordancia con la Política de Sustentabilidad, Arca Continental Lindley está comprometida con el respeto hacia los colaboradores, y fomenta un grato ambiente de trabajo para potenciar sus capacidades y motivación.

Gestión del Talento

La compañía evalúa el desempeño de los colaboradores a través de dos modelos:

- Proceso de Gestión de Desempeño (Performance Management Process - PMP): un modelo que incluye la evaluación de objetivos y competencias, dirigido a los colaboradores administrativos.
- Programa de Desarrollo de Habilidades: un modelo que permite diagnosticar y evaluar las habilidades operacionales, de acuerdo al estándar operacional, dirigido a los operarios.
- En el año 2016, la compañía logró evaluar al 86% de sus colaboradores.

COLABORADORES EVALUADOS Y PORCENTAJE QUE REPRESENTAN DEL TOTAL

CATEGORÍAS						
Hombres	%	Mujeres	%	Hombres	%	Mujeres
866	25	292	8.4	1,932	55.6	0

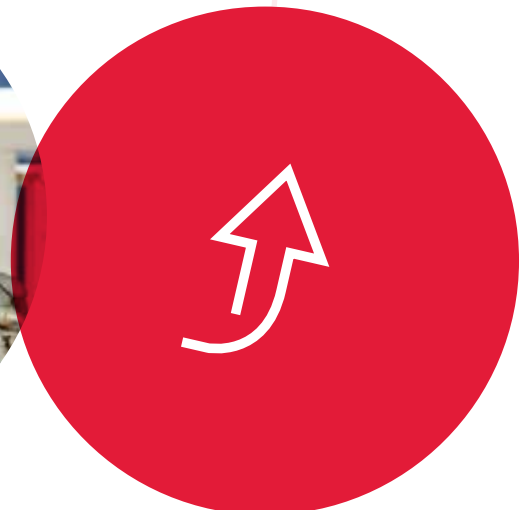
- Se reconoció el desempeño de los colaboradores a través del Programa de Reconocimiento Interno “Lo haces posible”. Como resultado se destacó a 732 colaboradores: 423 hombres y 309 mujeres.

Actividades internas

- **Programa de Embajadores:** realizado para reforzar los conocimientos sobre las marcas y la seguridad de sus ingredientes, donde se incluyeron mitos y verdades de la categoría. Se capacitó a 36 colaboradores.
- **Vive la Navidad:** evento familiar realizado en el mes de diciembre para dar valor al equilibrio entre el trabajo y la familia, en el que participaron 2,100 colaboradores.

Cuidado de la salud y seguridad ocupacional

- La seguridad es el primer compromiso de la política del Sistema Integrado de Gestión. Para llevarlo a cabo, la compañía contó con procedimientos, instructivos, manuales, planes; y con el refuerzo del Programa “Juntos Hacemos seguridad”, un programa de comportamiento seguro –conformado por 3 fases y 22 pilares- que estuvo presente en todas las sedes.



COLABORADORES EVALUADOS Y PORCENTAJE QUE REPRESENTAN DEL TOTAL

ÍNDICE DE FRECUENCIA		ÍNDICE DE SEVERIDAD		ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD		NÚMERO DE ACCIDENTES FATALES	
Propio	Tercero	Propio	Tercero	Propio	Tercero	Propio	Tercero
1.36	0.21	21.59	0	0	0.03	0	1

- Se incorporó un Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), sin ser éste obligatorio para las empresas del rubro.

Seguridad y Salud Ocupacional: se trabajó con 9 comisiones mixtas para asegurar que los colaboradores conozcan sus lineamientos y políticas, con el fin de promover el bienestar laboral y de fomentar la seguridad como un eje primordial para la empresa.

Respeto de los Derechos Humanos

- En Arca Continental Lindley se respetan los Derechos Humanos de los colaboradores, proveedores y contratistas, gracias al trabajo conjunto de la Gerencia de Relaciones Laborales y Servicios al Personal, las áreas de Bienestar Social, Servicios Generales y Relaciones Laborales.
- Como se mencionó anteriormente, la empresa cuenta con una línea ética y un correo electrónico de fácil acceso, con la finalidad de fomentar un entorno saludable y de respeto a todos los colaboradores. En caso de presentarse una denuncia, ésta es investigada; y de ser considerada grave, puede llegar a tener una sanción que incluyen la desvinculación laboral.

Diversidad e igualdad de oportunidades

- A través de una Política de Capital Humano, Arca Continental Lindley asegura la diversidad e igualdad de oportunidades. Prueba de ello es que el 33% de los colaboradores administrativos fueron mujeres, y ellas ocuparon el 23% de los cargos de mando medio y alto.
- Además, en 2016, se inició el desarrollo del proyecto para inclusión de personal con discapacidad, para ello se ha venido trabajando de la mano con Ann Sullivan, institución referente para la asesoría en este tema en Perú.



CLIMA LABORAL

Las evaluaciones de clima laboral se realizan cada dos años, la más reciente es la del año 2015 y la próxima medición se realizará en el año 2017.

Con respecto a los resultados del año 2015, la consultora internacional en temas de recursos humanos Mercer, acompañó a la Dirección de Capital Humano durante todo el proceso, garantizando la confiabilidad y confidencialidad de la información, y se obtuvo el índice de clima laboral de la empresa de 60%.





BIENESTAR INTEGRAL PARA LOS CONSUMIDORES

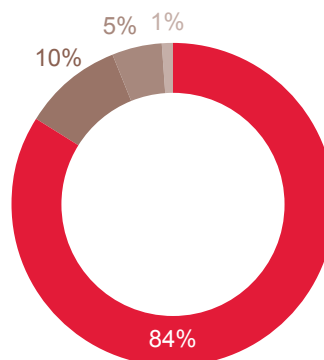
En el año 2016, el volumen de ventas aumentó un 2.6% respecto al año 2015, pasando de vender 292'379,330 a 300'000,332 de cajas unitarias. La distribución de ventas en el año se realizó de la siguiente manera:

PORCENTAJE DEL VOLUMEN DE VENTAS POR REGIÓN EN 2016

REGIÓN GEOGRÁFICA	PORCENTAJE
Centro	9%
Lima	56%
Norte	15%
Sur	20%

Las bebidas llegan a los clientes y consumidores a través de la cadena de distribución, la que tiene diversos canales de acuerdo a las características de cada punto de venta.

PORCENTAJE DE VOLUMEN DE VENTAS POR CANAL 2016



- Autoservicios
- Distribuidores
- Cuentas claves
- Clientes externos
- Otros



El gráfico anterior se muestra que la mayor concentración de las ventas es a través de los Centros de Distribución Autorizados (CDA), canal que ha demostrado que es el que más acerca las bebidas a clientes y a consumidores.

Bebidas

Carbonatadas	Coca-Cola, Inca Kola, Crush, Crush piña, Fanta, Fanta Kola Inglesa, Schweppes, Schweppes Citrus, Sprite
Carbonatadas Zero	Coca-Cola Zero, Fanta Zero, Inca Kola Zero, Sprite Zero
Jugos	Frugos, Frugos sabores caseros, Frugos nutridefensas, Frugos light
Rehidratantes	Powerade ION4, Powerade Zero
Energizantes	Burn y Monster ⁶
Agua	San Luis
Jugos Ligeros	Aquarius

Cuidado de consumidores

Para garantizar la salud y la seguridad de los consumidores, nos aseguramos de la calidad e inocuidad de todos los ingredientes de nuestros productos, mismos que cuentan con las autorizaciones respectivas de las autoridades sanitarias correspondientes del Perú.

Adicionalmente, los procesos productivos han recibido la Certificación de Inocuidad Alimentaria FSSC 22000 y cumplen con los más altos estándares de calidad de la Compañía Coca-Cola a nivel mundial.

Sin embargo, se ha desarrollado diferentes iniciativas para ampliar nuestro portafolio de productos no calóricos a disposición del cliente, con un fuerte compromiso para promover alternativas bajas en calorías y fortalecer así la capacidad de elección de los consumidores.

Arca Continental Lindley tiene una estrategia mundial, donde pasó de dos marcas separadas a una única, potenciando los elementos icónicos de Coca-Cola e Inca Kola, en cualquiera de sus 2 versiones, sabor original o Zero. Poniendo las dos variantes al mismo nivel en la comunicación y la oportunidad de consumo.

En 2016 se asumieron los siguientes compromisos:

- El 50% del total de la inversión publicitaria fue para las versiones Zero Azúcar y Zero Calorías.
- Los productos Zero estuvieron disponibles en todos los supermercados, locales de venta, principales clientes de comida rápida y en las bodegas del país.
- Como parte del Sistema Coca-Cola, somos respetuosos del derecho de los padres de familia y tutores a decidir lo que consumen los menores de edad, por lo que se mantuvo el compromiso de autorregulación para vender los productos con menos de 100 calorías por porción en escuelas primarias, solo con la autorización expresa de la autoridad de la institución.
- El 24% del portafolio es Zero o bajas calorías, estableciendo el compromiso de lograr el 50% al año 2020.

⁶ Únicamente distribución para Monster

Atención al cliente y al consumidor

Se responden oportunamente a las inquietudes de los clientes y consumidores, incorporando sus comentarios y sugerencias para mejorar continuamente la calidad de los procesos. En 2016, se atendieron 18,086 solicitudes y 15,020 reclamos, a través de todos los canales de comunicación, alcanzando una efectividad total de 93.24% (16,864).



- Línea 0800-1-4000 o línea 319-4000 anexo 1409, a nivel nacional.
- Servicio de Atención al Cliente y Consumidor en la página web de Arca Continental Lindley: <http://www.arcacontinentallindley.pe/servicio-atencion-cliente.php>
- Correo electrónico: acliente@lindley.pe
- Servicio "Llámame": servicio donde los clientes o consumidores ofrecen su teléfono y el área de Servicio al Consumidor / Cliente les devuelve la llamada, de acuerdo al horario de atención (de lunes a viernes de 8:00 am a 2:00 pm y de 3:00 pm a 5:00 pm).

En 2016, se activó la cola de Asesores Servicio Técnico, especializada en dar soporte y atender a los clientes ante cualquier problema en el funcionamiento de los equipos de frío asignados. Asimismo, se atendieron y dieron seguimiento a las solicitudes de servicio que se reportaron al proveedor de servicio técnico, velando por el cumplimiento en los tiempos de atención, por parte del proveedor.

Como caso excepcional en el ejercicio 2016, Indecopi multó a la compañía ante la denuncia de un consumidor. Sin embargo, la empresa se preocupa por brindar la mejor atención a los clientes y público en general.





DESARROLLO E INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR

En 2016, incursionamos en la recaudación electrónica mediante el uso de dos herramientas: la Tienda Pago, entidad que otorga financiamiento a nuestros clientes; y la plataforma BIM, que funciona como una billetera electrónica y que puso en marcha su primer piloto desde octubre, en clientes de San Juan de Lurigancho.

Asimismo, este periodo trajo cambios en la Gerencia de Compras y la gestión de procesos. Se inició la homologación de procesos e implementación de la estructura de Arca Continental Lindley en Perú. Destacan los siguientes:



La aprobación de la nueva Política de Compras, que recoge los lineamientos establecidos a nivel corporativo.



La reubicación de compradores en cada planta.



El reporte centralizado de compradores.

Estos cambios tuvieron como objetivo brindar un servicio más personalizado y generar valor para la empresa.

Compras locales sostenibles

Se exigió a los proveedores y contratistas el cumplimiento de ley en materia laboral y de lo estipulado en las cláusulas relacionado a temas de salud y seguridad en las plantas, esto se evidenció en los contratos y órdenes de compra.

La prioridad fue impulsar el mercado nacional a través de la contratación de proveedores locales. Proveedores al cierre de 2016:



Como empresa, se buscó ir más allá de la generación de empleo indirecto, buscando que estos empleos estén alineados a los principios de la empresa. Es por ello que, a partir del mes de noviembre y como parte de una iniciativa propia, se incluyó el enlace del Código de Conducta Empresarial en los contratos con los proveedores y al reverso de las Órdenes de Compra.



Taller: "En tu casa
y en tu chamba
sano y salvo"

Gestión de la Distribución

Los Centros de Distribución Autorizados (CDA) fueron los socios estratégicos para hacer llegar las bebidas a los clientes y consumidores. Los CDA monitorearon mensualmente indicadores que evidenciaron la gestión de las unidades de transporte y su buen desempeño. Además, se realizaron auditorías inopinadas para garantizar el cumplimiento de los planes de mantenimiento anuales.

El Sistema Integrado de Gestión incluyó procedimientos para el manejo de la flota, entre los temas críticos se incluyó: el manejo seguro de las unidades de transporte, qué hacer en caso de accidentes de tránsito, verificaciones diarias a las unidades, qué hacer en caso de desperfectos y el mantenimiento anual de los vehículos.

Se contó con el Sistema Roadnet, una herramienta que permitió mejorar el servicio al cliente, considerando la reducción de costos asociados al kilometraje, desgaste del vehículo, tiempo dedicado a la planificación y gestión de rutas; permitiendo así optimizar el recorrido de las unidades y aumentando el rendimiento de la flota.

En el mes de noviembre, se llevó a cabo el taller "En tu casa y en tu chamba sano y salvo", dictado a todos los distribuidores y proveedores de transporte a nivel nacional, con el objetivo de sensibilizar a los líderes de los socios sobre los temas de seguridad ocupacional y salud en el trabajo.

Para el año 2017, se espera realizar la compra de 50 unidades para renovar la flota de vehículos con una antigüedad mayor a 10 años.



RESPECTO Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

Para poder mantener un buen relacionamiento con la comunidad y priorizar las inversiones, algunas de las principales estrategias puestas en marcha a lo largo del año 2016 fueron:



Reuniones constantes entre directivos y pobladores.



Mapeos de grupos de interés en las áreas de influencia.



La atención permanente a los grupos de interés en las instalaciones de la empresa.



Reuniones permanentes con asociaciones locales, entre ellas el Gremio de Pescadores de Pucusana, y la Junta de Regantes en Tiabaya - Arequipa.



La realización de monitoreos participativos de calidad de agua de mar mensuales, con la participación de varias instituciones del distrito de Pucusana.

La inversión social realizada en el año 2016 fue de S/ 3'722,878.63, distribuidos en los ejes: Bienestar, Comunidad y Planeta.

Bienestar

Se buscó generar el bienestar integral de las personas relacionadas a la cadena de valor, comunidades aledañas a las operaciones, y adaptar los productos a las diferentes necesidades o estilos de vida de los consumidores finales. Se mantuvo una comunicación transparente hacia los diferentes grupos de interés.

Ángeles D1 Pucusana

Programa que fue ejecutado por la Asociación Cultural D1 de la bailarina profesional Vanía Masías, que tuvo como fin promover el liderazgo juvenil en la comunidad de Pucusana, fortaleciendo las capacidades artísticas y humanas a través del baile. En la edición 2016, se benefició a 50 jóvenes; y uno de los participantes del programa fue seleccionado como becario por tres años para el Programa de Formación Integral que desarrolla D1. Adicionalmente, tres de los participantes asistieron a un programa de desarrollo de capacidades de liderazgo en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Educanimando

Programa que estuvo orientado a fomentar hábitos saludables en la etapa pre escolar, con foco en la actividad física y buena alimentación, utilizando el juego como una herramienta de aprendizaje. Durante el año 2016 llegamos a las instituciones de República de Japón (190 niños y 7 docentes), Manuel Scorza (85 niños y 5 docentes) y Manuel Polo Jiménez (146 niños y 6 docentes) del distrito de Pucusana.

Programa “Crecer bien” Asociación Perú Vive Bien

La compañía formó parte de la asociación Perú Vive Bien, enfocada en la reducción de los niveles de malnutrición del país, a través de programas educativos junto con las empresas Nestlé, Coca-Cola, Pepsico, Mondelez y Alicorp. En 2016, se llegó a 10 instituciones educativas de nivel inicial del distrito de Pucusana y a otras instituciones educativas de Perú.



Comunidad

En línea con la Política de Sustentabilidad, como parte del Sistema Coca-Cola, se fomentó el desarrollo en las comunidades en donde opera la empresa, respetando el ambiente e incorporando las expectativas de los grupos de interés en la toma de decisiones.

Programa de Visitas a Plantas

Desde hace más de veinte años, el reconocido Programa de Visitas a Planta recibe a miles de visitantes para que conozcan el proceso de embotellado, calidad de los productos, compromiso ambiental y los proyectos más importantes de la plataforma de sustentabilidad de la compañía. En 2016, se recibió a un total de 11,338 visitas entre las plantas de Trujillo (2,164), Arequipa (1,788) y Pucusana (7,436).

Además, se desarrolló un nuevo concepto del programa, alineándolo a los objetivos de sustentabilidad, ubicando así al programa como una herramienta gratuita y educativa al servicio de la comunidad.



Gestión con la comunidad en Pucusana

A un año de iniciar las operaciones en Pucusana, las principales acciones desarrolladas en el año 2016 fueron:

- Reuniones periódicas de trabajo con la Asociación Gremio de Pescadores de Pucusana (AGPP) para identificar y priorizar proyectos sostenibles que favorezcan al desarrollo del sector pesquero artesanal de Pucusana, bajo un enfoque de responsabilidades compartidas.
- Mensualmente se realizaron evaluaciones de la calidad del agua de mar con la participación de representantes de la Municipalidad distrital de Pucusana, Subprefectura, Asociación Gremio de Pescadores de Pucusana, Sindicato Único de Pescadores Artesanales y dirigentes de Asentamientos Humanos en calidad de espectadores. El proceso contempló la exposición de resultados a las instituciones mencionadas como parte la política de transparencia de la empresa.

- Se mantuvo un Plan de comunicación comunitario, en el que se establecieron canales de comunicación con la comunidad en las áreas de influencia, que permitan recibir y brindar información.
- Se ejecutaron actividades con la comunidad en asentamientos humanos y con instituciones del distrito, para contribuir con objetivos de interés común identificados por la población.
- La empresa participó en las festividades relevantes para los pobladores - aniversario del distrito, día de la madre, día del padre, Navidad- para contribuir con el desarrollo de la identidad de la zona generando empatía.

Se fomentó el trabajo junto a la Municipalidad de Pucusana y se alinearon las intervenciones de la empresa a las prioridades identificadas en el plan de desarrollo del distrito. Destacan las siguientes acciones realizadas en 2016:

- Inauguración del Parque Los Delfines, realizado bajo un convenio marco con la Municipalidad Distrital de Pucusana. Se inauguró el parque ubicado en el AA. HH. Nuevo Pucusana, con fin de promover espacios de esparcimiento e integración familiar.
- Entrega de un camión compactador a la Municipalidad de Pucusana, con el objetivo de seguir contribuyendo con el bienestar y desarrollo de las comunidades del distrito.

Programa “Destapando mi Emprendimiento”

El programa tuvo como objetivo fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres participantes del distrito de Pucusana, para dotarlas de herramientas con las que puedan mejorar sus ingresos y calidad de vida. Para ello, se promovió el emprendimiento y fortalecimiento de las iniciativas empresariales, a través del acceso a conocimientos y herramientas para el crecimiento personal, familiar y empresarial.

En el ejercicio 2016, el programa capacitó a 65 emprendedoras: 42 empresarias (42 horas), 16 “mamás mentoras” (9 horas), que son antiguas participantes de años anteriores y monitorearon el avance de nuevas participantes y a 7 co-facilitadoras (15 horas), que son participantes de la primera promoción de 2014 y orientaron a las nuevas participantes mientras siguieron fortaleciendo sus capacidades de relacionamiento y liderazgo.

Por primera vez, bajo los estándares de la empresa SNV, se realizó una medición del programa tras su ejecución por tres años obteniendo los siguientes resultados:

- 25% de incremento de ingresos, índice que se obtuvo con la comparación de la situación antes y después del proyecto.
- 44% de incremento en cantidad de clientes.
- Mejora de calidad de servicio, productos y estrategia a clientes: mayor competitividad en Pucusana.
- Mejora en organización del negocio, distribución y contabilización del dinero; distinción entre ingresos, egresos y ganancias y capacidad de ahorro.

En 2016, obtuvimos el premio en el concurso de Buenas Prácticas Laborales, otorgado por el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo en la categoría de Promoción del Trabajo Ordenado con Clientes y Proveedores, por el programa Destapando mi Emprendimiento.

En el 2016,
obtuvimos el premio
en el concurso de
**Buenas Prácticas
Laborales**





Programa “Eres Único”

Por segundo año se continuó con este programa en la Institución Educativa Hilda Carrillo de Pucusana, en mismo que tiene como objetivo sensibilizar a los alumnos en temas de respeto, tolerancia y autoestima.

Se benefició a 152 alumnos de 4to, 5to y 6to de primaria, con talleres para la erradicación del *bullying*; y a 15 docentes para que contribuyan al desarrollo del programa.

Escuela de Desarrollo de Negocios

La Escuela de Desarrollo de Negocios, fortalece desde el año 2004 las relaciones a largo plazo con los clientes de la empresa mediante talleres gratuitos de gestión empresarial para el crecimiento permanente de sus negocios. De este modo se impulsa su desarrollo y el de la empresa.

En el 2016 se desarrollaron dos proyectos principales: El primero, “Bodegas Siglo XXI”, el cual tuvo como objetivo ayudar a nuestros socios bodegueros a llevar a su punto de venta a un nivel

más competitivo, evolucionando, modernizando su establecimiento y complementando con capacitaciones para ellos, donde fueron activados 206 negocios y logrando la conversión de clientes en un 90% durante el periodo indicado; y “Bodegas Elegidas”, programa de valor para nuestros clientes referentes que tuvo como objetivo principal impulsar el respeto al precio. Esto permitió el incremento del portafolio de ventas alrededor del 25%.

RESULTADOS

Nº de participantes	2,800
Total horas de capacitación	12,294
Porcentaje de mujeres	70%

Se realizó una evaluación a los participantes y los resultados demostraron que el 90% de ellos aplicaban los conocimientos y capacidades adquiridos en el taller en su negocio y en sus vidas.