

**PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA POLLO
OLYMPICO S.A.**

**MANUEL ANDRÉS ROJAS MORALES.
WENDY YURANIS ARTETA PEÑA
YEIMY CAROLINA RODRÍGUEZ VELASCO
JOSÉ JOAQUÍN BARRERA
MARÍA VERÓNICA TRIANA MOYANO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL
JUNIO -2018**

**PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA POLLO
OLYMPICO S.A.**

MANUEL ANDRÉS ROJAS MORALES. CÓDIGO. 1.022.353.082

WENDY YURANIS ARTETA PEÑA CÓDIGO. 55.241.180

YEIMY CAROLINA RODRÍGUEZ VELASCO CÓDIGO. 1.073.130.314

JOSÉ JOAQUÍN BARRERA CÓDIGO. 79.422.964

MARIA VERÓNICA TRIANA MOYANO CÓDIGO. 1.013.596.431

CURSO: 101008_8

TUTOR:

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL
JUNIO -2018**

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract.....	8
1. Introducción.....	9
2. Objetivos.....	10
2.1 Objetivo General.....	10
2.2. Objetivos específicos.....	10
3. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Pollo Olympico S.A.	11
3.1. Direccionamiento estratégico.....	11
3.2. Formato de evaluación del desempeño	12
3.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial Pollo Olympico S.A.....	13
4. Código de Conducta	14
4.1. Modelo Gerencial Seleccionado.....	14
4.2. Guía e Iniciativa mundial aplicada.....	15
4.3. Contenido del Código de Conducta Pollo Olímpico.....	16
4.4. Confidencialidad empresarial.....	20
4.5. Conflicto de interés	22
4.6. Conducta Interna	22
4.7. Cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones	23
4.8. Favores comerciales	31
4.9. Contravenciones	32
4.10. Negociaciones	33
4.11. Uso de la información de empresa	33
4.12. Comunicaciones estratégicas.....	39
4.13. Cultura social y religión	40

4.14.	Recursos financieros y decisiones de inversión.....	42
5.	Stakeholders.....	43
5.1.	Descripción de los Stakeholders.....	43
5.2.	Mapa Genérico seleccionado para la empresa Pollo Olympico S.A.	43
5.3.	Matriz de influencia / impacto.....	47
7.1.	Plan de responsabilidad social empresarial de Pollo Olympico S.A; Error! Marcador no definido.	
7.2.	Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)	58
7.3.	Modelo de informe de gestión recomendado	62
6.	Conclusiones.....	65
7.	Referencias	66
8.	Anexos	70

Lista De Tablas

Tabla 1, Formato de Evaluación Impacto Pollo Olympico S. A	12
Tabla 2, Guía De Iniciativa Mundial Aplicada	15
Tabla 3, Recursos Financieros Y Decisiones De Inversión Objeto De Un Código De Conducta	42
Tabla 4, Plan De Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	51
tabla 5, Plan De Comunicaciones A Los Interesados	58

Lista De Gráficas

Fijura 1, Contrato De Confidencialidad	20
Fijura 2, Mapa Genérico Stakeholders Pollo Olympico S. A	43
Fijura 3, Matriz De Influencia/ Impacto Pollo Olympico S.A.	47
Fijura 4, Ilustración Memorias De Sostenibilidad	63

Resumen

El proyecto desarrollado durante el diplomado nos hace referencia a la riqueza que tiene el campo colombiano, que más allá del conflicto armado nuestros campesinos tienen grandes oportunidades de desarrollo poniendo a producir sus tierras con cultivos, criaderos, galpones etc.

Un ejemplo tenemos con la empresa Pollo Olimpico S. A, quien está dedicada a la industria del pollo, con más de 17 granjas ubicadas en el departamento de Cundinamarca, en zonas estudiadas y analizadas con el fin de buscar calidad y ofrecer pollo de calidad a los consumidores. La empresa se ha caracterizado por el canal de distribución, efectividad y calidad del producto.

En la evaluación que se le realizó a la empresa identificamos problemas propios de una pequeña o mediana empresa como lo son internos, externos, económicos, sociales y ambientales. Que con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial se buscaran alternativas de solución y que se acerquen a las necesidades de la empresa para su buen desarrollo y crecimiento.

El plan de RSE se enfoca en los procesos de producción y el impacto ambiental que estos tienen en la sociedad y el efecto que los riegos producidos generan al medio ambiente, ya que se está hablando de proceso de un producto alimenticio por tal motivo es indispensable pensar en la calidad del producto, la manipulación y la cadena de frío que estos necesitan para su conservación durante el alistamiento para sacar a la venta. Desde que se compran para criar hasta pasar a las manos del cliente.

Todo esto nos lleva a elaborar un código de conducta interno, el cual permite que cada uno de nuestros colaboradores realice su labor de manera efectiva. Y de esta forma contribuir con la eficiencia de la producción.

Palabras Claves

Servicio, producción, calidad, compromiso, cumplimiento, crecimiento, oportunidad, organización y responsabilidad.

Abstract

The project developed during the course refers to the richness of the Colombian countryside, which beyond the armed conflict our farmers have great opportunities for development putting to produce their land with crops, hatcheries, sheds, among others.

One example we've with company Pollo Olympico S.A which is dedicated to chicken industry, with more than seventeen (17) farms located in Cundinamarca's department, in areas analyzed and studied to seek quality and offer quality chicken to consumers. The company has been characterized by the channel of distribution, effectiveness and quality of the product.

In the evaluation that was made to the company, problems were identified that belong to a small or medium-sized company, such as internal, external, economic, social and environmental issues. With the development of corporate social responsibility, alternative solutions will be sought and approached. to the needs of the company for its proper development and growth.

The CSR plan focuses on the production processes and the environmental impact they have on society and the effect that the risks produced generate the environment, since it is talking about the process of a food product for this reason is essential to think in the quality of the product, the handling and the cold chain that they need for their conservation during the preparation to be sold. Since they are bought to breed until they pass into the hands of the client.

All this leads us to elaborate a code of internal conduct, which allows each of our collaborators to carry out their work effectively. And in this way contribute to the efficiency of production.

Keywords

Service, Production, Quality, Commitment, Fulfillment, Increase, Opportunity, Organization and Responsibility.

1. Introducción

El presente proyecto es realizado con el objetivo de implementar un programa de RSE a la empresa que fue escogida desde el inicio del diplomado, teniendo en cuenta su actividad y responsabilidad con la sociedad,

Pollo Olympico S. A fue creada por la necesidad que tiene los clientes de tener un producto de calidad para un consumo apto y que cumpla los estándares de calidad e incentive el trabajo campesino.

Los Stakeholders externos cumplen una parte esencial para el desarrollo de la compañía, la comunidad por su parte hace papel de cliente final, el gobierno es quien hace que se cumplan todas las leyes empresariales, los proveedores son quienes taren los insumos a la empresa, los competidores son aquellos que ofrecen el mismo producto, pero en diferentes presentaciones y clientes, son los potenciales, esporádicos y TaT.

Los Stakeholders internos están conformados por área tecnológica quien es responsable de toda la parte sistemas de la información directamente de la empresa, administración y finanzas por su parte se encarga de las cifras y de la organización interna, la cadena de abastecimiento su función la hace responsable de mantener los insumos necesarios para los procesos y la producción llegue en buen estado y a tiempo a los clientes, gestión humana quien es responsable de velar por la seguridad de los colaboradores y tener el mejor recurso humano para la compañía, la investigación y desarrollo estudia el mercado, el entorno, la población “clientes”, competencia, procesos internos y externos del producto. Mercado son los clientes potenciales y no potenciales a quienes ofrecemos el producto, y por ultimo las ventas, el cual es el proceso final que se le da al producto por parte de la compañía y como tal es el éxito de la producción, es el cierre del negocio.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Implementar un plan de Responsabilidad Social y Empresarial donde Pollo Olympico S. A cree confianza, y sostenibilidad en el mercado de alimento para el consumo humano, logrando se dé su preferencia por cumplir con los estándares de calidad.

2.2. Objetivos específicos.

- Definir los principios, normas y valores éticos para el funcionamiento y desarrollo de las diferentes actividades desarrolladas en pollo Olympico S.A.
- Identificar los componentes conceptuales de la Responsabilidad Social con el fin de reconocer y establecer cuáles son los impactos negativos que se generan al medio ambiente, producidos por las actividades de pollo Olympico S.A.
- Diseñar el plan de responsabilidad social empresarial (RSE), para Pollos Olympico S. A, a partir de los Stakeholders identificados y Estudiar los diferentes modelos de información que nos ofrece El pacto mundial de las naciones Unidas para la RSE.

3. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Pollo Olimpico S.A.

3.1. Direccionamiento estratégico

POLLO OLYMPICO S. A es una empresa en cargada del levante, engorde, producción y distribución de pollo en canal en la ciudad de Bogotá. Actualmente cuenta con más de 17 granjas ubicadas en Cundinamarca en zonas previamente estudiadas con el fin de obtener un pollo de primera calidad y siempre fresco. La empresa cuenta con diferentes canales de distribución, como lo es la venta de pollo en pie, venta mayorista y TaT, venta institucional y más de 20 puntos de venta ubicados en la ciudad de Bogotá, Chía, Facatativá y Mosquera.

3.1.1. Misión

Desde que abrimos nuestra primera granja en Cundinamarca en 1978, nuestra misión ha sido llevar a la mesa de los bogotanos el pollo más fresco y delicioso de la región. Es por esto que nuestras aves son criadas en un ambiente natural, con la mejor alimentación y un sano crecimiento. Nos encontramos en primer lugar entre quienes hablan de la verdadera frescura en la región porque la naturaleza y el campo son nuestras raíces, son las que nos definen como campesinos expertos

3.1.2. Manifiesto

Ese olor de la tierra húmeda. Cada mañana al despertar en el campo colombiano es una experiencia inigualable. La brisa que hace llegar a nuestros sentidos el aroma de lo natural lo dice todo... nada tan fresco... nada tan natural Este es nuestro punto de partida: Pollos curados en un ambiente natural, con la mejor alimentación y un sano crecimiento, para poder entregar a tu familia un pollo de primera calidad, para poner en tu mesa ese sabor tan colombiano, tan nuestro. Y todo esto sucede a sólo un par de horas de Bogotá, una ventaja para que disfrutes de un pollo más fresco, que recorre menos distancia, que cuenta con menos manipulación Sí, somos la máxima expresión de la frescura Estamos en el primer lugar entre quienes hablan de la verdadera frescura en la región. Un lugar que nos hemos ganado y mantendremos porque la naturaleza y el campo son nuestras raíces, las que nos califican como campesinos expertos. Es el momento para que vivas y disfrutes el resultado de nuestra labor, de nuestros sueños y nuestro esfuerzo. Es el momento de elegir el mejor sabor y la mayor frescura de la región, es el momento de que elijas...POLLO OLYMPICO S. A

3.1.3. Valores de Nuestra Gente

Integridad: Actuamos con honestidad y somos coherentes entre lo que pensamos, sentimos, decimos y hacemos. **Respeto:** Damos un trato digno y equitativo a las personas y valoramos sus diferencias. **Confianza:** Generamos credibilidad porque actuamos con transparencia y hablamos con la verdad. **Responsabilidad:** Actuamos con compromiso y respondemos por las consecuencias de nuestros actos.

3.1.4. Valores de Nuestra Organización

Actitud de Servicio: Orientamos nuestra organización a los clientes porque son nuestra razón de ser. **Calidad:** Hacemos las cosas bien desde la primera vez y por siempre.

3.2. Formato de evaluación del desempeño

Tabla 1

Formato de Evaluación Impacto Pollo Olympico S. A

Formato de evaluación Impacto empresa Pollo Olímpico			
Problema		Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
ECONÓMICO	Interno: la administración de los recursos financieros deben ser responsables ya que cada integrante de la empresa es dependiente del éxito de la misma por tal motivo los valores organizacionales y humanos son importantes para el desarrollo de la empresa.		MEDIA
	Externo: la industria puede verse afectada por factores como: cambios climáticos, inflación, la variación de costos de los insumos y materias primas para el desarrollo del negocio.		
SOCIAL	Interno: el recurso humano que integra la organización debe cumplir requisitos esenciales para la generación		MEDIA

de un excelente ambiente laboral que aporte valores como trabajo en equipo, comunicación, innovación y aprendizaje, que genere un desarrollo sostenible y rentable para la empresa.

Externo: la empresa puede enfrentar situaciones que afectan indirectamente al negocio por motivos políticos los cuales pueden abrir puerta a competidores extranjeros que importan productos a más bajo costo afectando el mercado.

Interno: La industria de la avicultura posee procedimientos extensos los cuales pueden generar impactos ambientales a través de su proceso; es allí, en el proceso de levante, engorde y producción, donde se debe enfocar una propuesta para el mejoramiento continuo de los mismo con el fin de reducir y revertir los impactos ambientales generados por esta industria.

Externo: la organización debe cumplir con requisitos que exigen las normas nacionales las cuales son supervisadas por entidades como INVIMA, para desempeñarse como empresa legal y favorable.

Aunque la industria avicultura es la segunda fuente de proteína menos contaminante después de la pesca. Sin embargo Los impactos que se producen a nivel INTERNO, pueden ser disminuidos con la optimización de los métodos utilizados en cada uno de los procesos de producción; éstos impactos pueden ser: Producción de CO2 Por kilo de proteína, Uso de agua por kilo de proteína producida, Uso de tierra por kilo de proteína producida, Costo de efectividad de la proteína de origen animal.

AMBIENTAL**ALTA**

Fuente: los autores

3.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial Pollo Olympico S.A.

POLLO OLYMPICO S. A como empresa productora y comercializadora es indispensable que posea un plan de responsabilidad empresarial enfocado o dirigido a todos sus procesos de producción y los impactos ambientales que éstos pueden producir al entorno, ya que a partir de allí se derivan diferentes tipos de riesgos e impactos sobre el medio ambiente; ya que lo que se procesa son alimentos

desde su origen hasta el consumidor final, y a partir de ellos la empresa puede generar confianza a todos los clientes y consumidores finales, ayudando así a que su posicionamiento en el mercado se cada vez mayor y sus dividendos crezcan gracias a éste valor agregado

4. Código de Conducta

4.1. Modelo Gerencial Seleccionado

Gerencia Empresarial para la Innovación. Los Modelos Gerenciales son estrategias de gestión organizacionales que se utilizan en la dirección y desarrollo del sistema y procesos de la misma. Todo modelo es una representación de una realidad que refleja, lo que, en gerencia, como en otras ciencias, los modelos determinaran una pauta, una base de sustento que a la larga permite el desarrollo orientado de la empresa u organización en general que lo utiliza.

Para la empresa analizada en este caso Pollo Olympico S. A es indispensable debido al medio comercial en el que se desenvuelve comercialmente. Ésta industria es bastante volátil y tiende a sufrir bastantes cambios en diferentes ámbitos como lo son:

- Tecnológico: con la llegada nuevos procesos de producción y tecnologías para optimizar tiempo y calidad del producto.
- Informático: con el desarrollo de sistemas para la venta y distribución del producto al igual para el mantenimiento de bases de datos contables y de clientes.
- Conocimiento: con la adquisición de nueva información que permita mejorar los procesos internos y externos de la compañía para su contante evolución y aporte social.

Justificación: En la innovación se exponen razones por las cuales la innovación es la única alternativa de las empresas para mantenerse en el negocio, competitivamente y a la vanguardia en la industria a la que pertenece, teniendo en cuenta los constantes cambios del mercado, normativas técnicas y conductas éticas necesarias para desempeñar un ambiente laboral óptimo para todos los colaboradores de la compañía.

4.2. Guía e Iniciativa mundial aplicada

Tabla 2

Guía de Iniciativa Mundial Aplicada

Stakeholders	Tipos de leyes existentes	Iniciativas que atienden expectativas sociales
Cientes	Transparencia	Códigos de ética
Cientes interno y externo	<p>Código de ética, 2013 aprobado por el entonces ministro de trabajo Rafael Pardo.</p> <p>ARTICULO 85; Ser leal y guardar respeto al patrono, al maestro, sus familiares, trabajadores y clientes del establecimiento.</p>	<p>Pollo Olympico S. A. se siente especialmente vinculada al espíritu y a las leyes que regulan las normas de calidad, salud y seguridad, las leyes de trabajo y el medioambiente.</p> <p>De igual forma establece los principios que han de presidir los comportamientos de todos los empleados y demás funcionarios y personas que hacen posible nuestra labor, sobre la base de la honestidad, respeto, compromiso, transparencia y responsabilidad.</p> <p>En algunas circunstancias las directrices de este Código varían según sean las leyes o costumbres locales de una región.</p> <p>Si fuese el caso, que las leyes o costumbres sean impuestas en niveles más altos que el que establece el código. A menos que suponga vulnerar las leyes locales.</p> <p>En relación con los proveedores y clientes de la Empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Conseguir proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita. ○ Identificar proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley ni pongan en peligro la reputación de la empresa. ○ Seleccionar los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad. ○ Buscar calidad en los bienes y servicios de la empresa cumpliendo con las expectativas de la compañía. ○ Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente. ○ Servicio al Cliente; Nuestros Clientes son nuestra principal razón para desarrollar las diferentes actividades. La atención a ellos es fundamental para contar con su lealtad, a través de la atención que brindamos con respeto y dedicación para lograr su satisfacción con todo. ○ Se deberá evitar, por parte de quienes actúan dentro de la Empresa, y aún más en el área financiera e información confidencial el que se genere o mantenga una relación (sea personal o de negocios) con todos los proveedores y que pueda constituir un conflicto de intereses o incluso afectar en el juicio objetivo que deba emitirse. ○ La Empresa conserva únicamente aquellos datos de quienes actúan en la Empresa y que son indispensables por razones corporativas, legales o contractuales, y limita el acceso a dicha información sólo a personas autorizadas.

-
- El conflicto de intereses surge de manera primaria cuando entran en juego los intereses de la Empresa, los personales y en su caso, los de terceros.
 - Existe un deber ético: el abstenernos de aceptar obsequios, gratificaciones o atenciones que puedan crear un compromiso o para que se desarrolle una determinada conducta para favorecer a un tercero en contra de las políticas e intereses de la Empresa.
-

Fuente: los autores

4.3. Contenido del Código de Conducta Pollo Olímpico

4.3.1. Introducción

El siguiente código de conducta tiene como propósito mejorar los diferentes procesos de POLLOS OLYMPICO S.A. ya que por medio de las normas establecidas en este código de conducta enmarca el proceder de cada uno de los trabajadores de la compañía.

Al tener claro cada una de las normas aquí planteadas se procederá evaluar la manera en que nos conducimos y vivimos nuestra cultura organizacional.

POLLO OLYMPICO S. A propone algunos deberes, valores, principios y prohibiciones con los que se rige, con un compromiso fundamental para realizar las labores requeridas, el mismo se desarrolla para orientar las prácticas y esfuerzos de la empresa a una actuación honesta, transparente y responsable.

4.3.2. Deberes

a- Transparencia

La ejecución de labores de manera transparente y accesibilidad de dichos actos dándolos conocer a la ciudadanía según el mecanismo implantado por la ley.

b- Confidencialidad y discreción

Frente a documentos, hechos o información no publica se solicita prudencia para no brindar información que pueda perjudicar los intereses de la empresa de aquellos que tengamos por el ejercicio de la labor prestada, bien sea también por prestación de servicios o de cualquier otra que pueda influir

en las transacciones realizadas por POLLO OLYMPICO S. A sin perjudicar a si mismo deberes o responsabilidades que se puedan presentar frente a delitos, actos ilegales o las buenas costumbres.

c- Responsabilidad

En el desarrollo de las funciones de forma integral, manejando con respeto la función para la cual se está asignado y en circunstancias extraordinarias estar atentos a realizar labores para las cuales no se está relacionado si es estrictamente necesario pudiendo mitigar, superar, neutralizar las dificultades presentadas de así ser necesario

d. Imparcialidad

Ser equitativo y actuar con una imparcialidad política, económica o de otro carácter en el desempeño de las actividades o funciones mostrando independencia en la vinculación con algún partido político, personas o instituciones ajenas a POLLO OLYMPICO S. A

5.3.3. Valores

a. Lealtad y obediencia.

Actuar con fidelidad a la empresa POLLO OLYMPICO S. A, desde sus directivas, jefes, colaboradores ser solidarios con la organización y con todos los miembros o grupos relacionados con la misma.

b. Innovación.

Aportar a la eficiencia y al crecimiento empresarial desde nuevos proyectos con la búsqueda de nuevas tecnologías en búsqueda de optimizar cada proceso o actividad realizada contribuyendo a un mejor servicio optimizando, creando nuevos aportes para nuestra sociedad.

c. Motivación.

El mejorar continuamente, lograr destacarse en los procesos y que los resultados sean satisfactorios, crear conciencia en el valor de la empresa POLLO OLYMPICO S. A y generar sentido de pertenencia para actuar con interés y que los procesos encomendados sean exitosos.

d. Eficientizar.

El aporte de eficiencia y eficacia en las labores desarrolladas y de cada uno de los procesos del cual se haga parte ya que se hace esencial en los procesos y objetivos corporativos de POLLO OLYMPICO S. A las cuales se alcanzan con la responsabilidad de realizar las funciones asignadas compromiso que se tiene con la organización.

e. Satisfacción del cliente.

Cumplimiento en los requisitos de calidad de los productos y del servicio siendo este un compromiso adquirido para con nuestros clientes satisfaciendo así sus expectativas frente a la empresa, respetando todo acuerdo contractual enmarcado en justicia verificando cumplir los requerimientos de confiabilidad y oportunidad.

f. Conservación del medio ambiente y responsabilidad social.

La operación y las actividades de POLLO OLYMPICO S. A se deben realizar de forma segura, eficiente y con responsabilidad con la comunidad y el medio ambiente siendo este un compromiso adquirido de parte de trabajadores, proveedores, contratistas, directivos y cada una de las dependencias de la empresa forjando relaciones de confianza con su entorno con cada grupo de interés relacionado con POLLO OLYMPICO S. A basados en el respeto mutuo en búsqueda de una sana convivencia entre todas las partes.

5.3.4. Principios**a. Veracidad.**

Autenticidad y honestidad en todas las relaciones laborales de POLLO OLYMPICO S. A con cada uno de los grupos de interés de la empresa.

b. Idoneidad.

Transparencia legal y moral en las actividades con una excelente formación para realizar cada proceso con la exigencia que lo requiere el cargo, capacitándose de manera permanente cumpliendo con los estándares de calidad.

c. Diligencia.

Brindar alta calidad en los procesos laborales en búsqueda de buenos resultados, optimizando el uso de diferentes recursos para alcanzar los objetivos y metas empresariales.

5.3.5. Prohibiciones

a. conflicto de intereses

No se busca tener relación alguna, tramitar o participar en decisiones de cualquier asunto en el que Pollos Olympico S. A pueda tener interés o con cualquiera que pueda tener parentesco alguno con cualquier directivo, socio, trabajador, proveedor o algún tercero relacionado con cuarto grado de consanguinidad, aplicado para postores o contratistas que ofrecen bienes y servicios.

b. Mal uso de información privilegiada.

No se acepta la participación en transacciones u operaciones financieras utilizando alguna información privilegiada a la que se pueda tener acceso por el cargo que desarrollamos a sí mismo no utilizar, divulgar, permitir el uso impropio de la información beneficiando algún interés particular de la misma manera proteger la información de terceros no obtenerla por los medios incorrectos y no divulgar sin autorización.

c. Recepción de obsequios o pagos impropios.

No se acepta dinero regalos, dádivas, agasajos en donde se beneficie de manera directa o indirecta alguna persona natural o jurídica ya que las decisiones de negocio deben ser objetivas sin influencia alguna por trato preferencial ya que puede poner en riesgo la credibilidad y la reputación de la empresa por lo cual cualquier pago impropio queda prohibido.

d. Proselitismo político.

No se admiten actividades políticas en las instalaciones de la empresa ya sea a favor de un partido o candidato político.

4.4. Confidencialidad empresarial

La confidencialidad empresarial es toda información conocida por un grupo específico de personas, esta información se refiere a todos los procesos privados de la compañía como los son los acuerdos comerciales, planes de trabajo, las estrategias de comercialización, clientes, procesos de producción, y cualquier otra información importante para la compañía.

Por lo Anterior se reglamenta realizar un contrato de confidencialidad a todos los empleados de la compañía, para evitar la divulgación a terceros de los diferentes procesos que se vienen elaborando en POLLO OLYMPICO S. A. A menos que lo exija un ente regulador del gobierno o lo autorice la dirección de pollos olímpicos.

Según el código sustantivo del trabajo, el numeral 8 del artículo 62 “Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el contrato de trabajo: 8. El que el trabajador revele los secretos técnicos o comerciales o dé a conocer asuntos de carácter reservado, con perjuicio de la empresa.” Esto debe llevarse a cabo bajo un procedimiento de descargos.

Figura 1

Contrato De Confidencialidad

	CONTRATO DE CONFIDENCIALIDAD	Versión 001
	Pollo Olimpico S.A.	Fecha :
Datos del trabajador :		
<p>Compromiso de confidencialidad</p> <p>Primero - OBJETO: en virtud de la prestación de servicios de carácter laboral que < EL TRABAJADOR > que laborara para Pollo Olimpico S. A., < EL TRABAJADOR > con < CC >, puede tener acceso a instalaciones, dependencias, recursos, sistemas, documentos en soporte papel, documentos electrónicos, soportes informáticos, electrónicos y telemáticos susceptibles de contener información considerada confidencial titularidad de Pollo Olimpico S. A como de otros terceros vinculados a la organización a través de distintas relaciones jurídicas.</p> <p>Es por ello que de acuerdo con el artículo 58 del código sustantivo de trabajo por el cual se aprueba el texto obligaciones especiales del trabajador. < EL TRABAJADOR > con < CC >, Realizara personalmente la labor, en los</p>		

términos estipulados; observar los preceptos del reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de modo particular la impartan el empleador o sus representantes, según el orden jerárquico establecido. En virtud de lo anterior **<EL TRABAJADOR>** declara mediante el presente documento que asume su compromiso de cumplir y respetar el deber de secreto y sigilo profesional respecto de cualquier información confidencial que pueda conocer con motivo de la prestación de servicio y ejecución de su contrato laboral.

A efectos de lo anterior Pollo **Olympico S. A** pone en conocimiento al trabajador que por información confidencial se entenderá toda aquella información, incluyendo a datos de carácter personal relativos a personas físicas, que en cualquier momento (pasado, presente y/o futuro) y con ocasión a los servicios prestados por el **<EL TRABAJADOR>**, a **Pollo Olympico S. A**, facilite, entregue o, de cualquier forma (verbal, escrita, visual u otra), y bajo cualquier tipo de soporte o canal (papel, electrónico, telemático, soportes informáticos, mensajes de correo electrónico u otros documentos o soportes) ponga a disposición de **<EL TRABAJADOR>** y que, en general, en los más amplios términos afecte o se refiera directa, indirecta, mediata o inmediateamente, ya a **Pollo Olympico S. A** ya a los terceros (personas físicas o jurídicas) con quienes se mantengan cualquier tipo de vinculación, o, sin mantenerla actualmente, pueda existir está en el futuro.

Segundo- OBLIGACIONES: en cumplimiento del objeto del presente documento

<EL TRABAJADOR> se compromete en mantener bajo el más estricto secreto profesional toda la información confidencial que pueda llegar a su conocimiento como consecuencia del desempeño de sus funciones, comprometiéndose el trabajador a no divulgarla, publicarla, cederla, revelarla ni de otra forma, directa o indirecta, ponerla a disposición de terceros, ni total ni parcialmente y en cumplir esta obligación incluso con sus familiares u otros miembros de **Pollo Olympico S. A** que no estén autorizados a acceder a la citada información, en su encargo profesional o por razón al puesto que ocupan

Asimismo, declara conocer y se compromete a respetar y cumplir la normativa y medidas de seguridad implementada por **Pollo Olympico S. A**. a fin de garantizar la seguridad y protección de la información confidencial.

Tercero – VIGENCIA DEL DEBER DE SIGILO PROFESIONAL <EL TRABAJADOR> garantiza que, tras la terminación de su contrato laboral cualquiera que sea su causa, mantendrá vigente su deber de sigilo y secreto profesional respecto a la información confidencial a que haya tenido acceso durante el desempeño de sus funciones durante la vigencia de la relación laboral y devolverá inmediatamente a **Pollo Olympico S. A** cualquier soporte o documento en el que conste información confidencial que por cualquier causa que obrare en su poder, o siguiendo los procedimientos de seguridad para el borrado de información establecidos por **Pollo Olympico S.A**.

Cuarto – SANCIONES: **<EL TRABAJADOR>** declara conocer que las faltas por los trabajadores al servicio de **Pollo Olympico S.A**. regulada en este compromiso de confidencialidad, se clasificara atendiendo a su importancia, residencia e intención, en leves, graves, y muy graves, de conformidad con lo dispuesto en el convenio colectivo en aplicación a las normas vigentes del código sustantivo del trabajo. En consecuencia, que las sanciones que **Pollo Olympico S. A** podrá aplicar según gravedad o circunstancia de las faltas cometidas serán las establecidas por el código sustantivo del trabajo.

Quinto – PROTECCIÓN DE DATOS: de conformidad a ley estatutaria 1581 de 2012 para la protección de datos personales **Pollo Olympico S. A** con domicilio social Carrera 79 D # 16 c-51 de la ciudad de Bogotá D.C informa al: **<EL TRABAJADOR>** de que los datos de carácter personal derivados de la suscripción de este documento, así como los generados en virtud del objeto del mismo serán tratados con finalidad de llevar a cabo un control de cumplimiento de su compromiso de confidencialidad respecto de toda la información reservada durante la ejecución de la relación laboral. Dicho tratamiento tiene carácter obligatorio y resulta impredecible a los fines indicados. Asimismo, **Pollo Olympico S. A** informa al trabajador de que en cualquier momento puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose por escrito a la siguiente dirección Carrera 79 D # 16 c-51 de la ciudad de Bogotá D.C, (o *indicar otros medios establecidos por la organización*)

Declaro el entendimiento del presente documento, manifiesto mi conformidad con su contenido y acepto el cumplimiento de todas las normas que en el mismo se proponen y/o adjuntan

Firma

Gerente Recursos Humanos
Pollo Olimpico S. A

<EL TRABAJADOR>
CC.

4.5. Conflicto de interés

Un conflicto de intereses se presenta cuando, los intereses personales de un empleado interfieren con las actividades de la empresa y con las responsabilidades asignadas a los trabajadores de pollos olímpicos S. A, lo cual se sugiere, si algún trabajador de la compañía está en situación igual a la anunciada anteriormente debe informar a su jefe inmediato o al área de recursos humanos.

Si de algún motivo la compañía descubre cualquier tipo de tráfico de intereses, se le solicitara al trabajador que se retire de dicho interés particular, y por consiguiente se retirara del área donde se encuentra laborando, para así proteger la labor de la compañía.

- Los líderes de cada área de la compañía tienen prohibido sostener relaciones sentimentales con su personal a cargo.
- No se admite que los trabajadores de POLLO OLYMPICO S. A manipulen el tráfico de influencia para beneficio propio.
- No se permite que los trabajadores de POLLO OLYMPICO S. A manipule información confidencial, para beneficio propio.

4.6. Conducta Interna

Como compañía, nuestra función es estar en constante comunicación con los trabajadores, para así forjar lazos y encontrar un punto de satisfacción laboral entre las dos partes. Dándoles la oportunidad de dar a conocer sus diferentes puntos de vista para el mejoramiento de los diferentes procesos de la compañía.

Incentivándoles y creándoles un excelente clima laboral, de igual manera se le capacita y se les da la oportunidad de crecer profesionalmente por medio de sus méritos.

Los líderes de cada una de las áreas de la compañía se deben caracterizar por velar por su personal a cargo, respetando la dignidad de los trabajadores en los diferentes roles que se desempeñan, corrigen los errores con humildad, se esfuerzan para que las operaciones de la compañía estén a tiempo con los mejores resultados, enfrentan las diferentes adversidades en forma directa, comunican oportunamente las diferentes actividades que se están realizando y el desempeño de su personal a cargo, Son responsables y comprometidos con los resultados exigidos por la compañía, se deben caracterizar por ser honestos, transparentes y leales a la compañía.

4.7.Cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones

El cumplimiento de las leyes y normas exigidas y establecidas para POLLO OLYMPICO S. A y sus empleados, son indispensables. Al no cumplir con las normas y leyes escritas por el reglamento interno de la compañía, y las establecidas por el gobierno. La empresa y sus empleados asumirán las consecuencias establecidas por la ley. Actuando con su debido proceso a las violaciones de las leyes y normas de la compañía.

4.7.1. Reglamento interno de trabajo

Capítulo 1

ART. 1° - El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa pollo olímpico s.a. Domiciliada en Carrera 79 D # 16 c-51 de la ciudad de Bogotá D.C de la ciudad de Bogotá y a disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador.

Capítulo 2

- **Condiciones De Admisiones**

ART. 2° - Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa Pollo Olimpico S.A. Debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Hoja de vida actualizada con foto.
- b) 2 Fotos.
- c) 5 Fotocopias de la cédula de ciudadanía ampliada al 150%.
- d) 1 Fotocopia de la Libreta Militar.
- e) 2 Fotocopias de certificado judicial.
- f) 2 Últimas Certificaciones laborales.
- g) 2 Referencias personales.
- h) Fotocopia Acta y Diploma de Bachiller.
- i) Certificados de vinculación a EPS y Fondo de Pensiones.
- j) Cedula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso

- **Menores de edad**

Autorización escrita del ministerio de la protección en su defecto la primera autoridad local. A solicitud de los padres y, a falta de estos el defensor de la familia, cuando el aspirante sea de dieciocho (18) años.

- **Periodo De Prueba**

ART. 3° - La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones del trabajo (CTS. ART 76)

ART .4° - El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (CTS. ART 77, núm. 1°).

ART. 5° - El periodo de prueba no puede exceder a dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte de término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Capítulo 3

- **Trabajadores Accidentales O Transitorios**

ART. 7° - Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que ocupen en labores de corta duración no mayor a un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos

trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CTS. art. 6°).

Capítulo 4

- **Horario De Trabajo**

ART. 8° - Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborales. Ejemplo: los días laborales para el personal administrativo son los de lunes a sábado medio día y para el personal operativo de lunes a sábado medio día)

Personal Administrativo Y Operativo

Lunes a viernes

- Mañana

7:00 a.m. A 12:00 p.m.

Hora de almuerzo

- Tarde

1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Sábados

7:00 a.m. a 12.00 a.m.

Con descansos de intervalos de 15 minutos en las horas de la mañana y 15 minutos en las horas de la tarde estos descansos no incluyen los días sábados.

Capítulo 5

- **Las horas extras y trabajo nocturno**

ART. 9° - Trabajo ordinario y nocturno. Artículo 25 ley 789 de 2002 que modificó el artículo 160 del código sustantivo de trabajo quedara así:

1 Trabajo ordinario es el que realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) Y las horas (10.pm).

2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las horas (10:00 p.m.). Y las seis horas (6.00 a.m.).

Capítulo 6

ART. 14. – será de descanso obligatorio remunerado, los domingos y los días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1° de enero, 6° de enero. 19° de marzo, 1° de mayo, 29° de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 12 de octubre 1 de noviembre 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, ascensión del señor, corpus christi y sagrado corazón de Jesús.

Capítulo 7

- Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos, y periodos que los regulan.

ART. 25. – formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el y trabajador pueden convenir libremente en salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra o a destajo y por tarea, etc. Pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas fallos arbitrales.

Capítulo 8

- Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo.

ART. 29. – Es obligación del empleador velar por la seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

Capítulo 9

- **Prescripciones De Orden**

ART. 38. – los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaborar en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) No ingresar celulares y ningún aparato electrónico a las áreas de producción y empaque.
- g) Portar los implementos y uniformes adecuadamente.

Capítulo 10

- **Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores**

ART. 42. – Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedades. Para este efecto, el establecimiento mantendrá según reglamentación de las autoridades sanitarias

Capítulo 11

ART. 46. – la empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo (CST, art. 114.)

Capítulo 12

- Reclamos: personas ante quienes debe presentarse y su tramitación.

ART. 51. – Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: Ejemplos: Gerente, Subgerente, quien los oirá y resolverá en justicia y equidad (diferente que aplica las sanciones)

ART. 52. – Se deja claramente establecido que para efectos de reclamos a que se refieren a los artículos anteriores, el trabajador o los trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

PAR. - En la empresa Bizcochos de achiras huilense el sagú Ltda. No existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

Capítulo 13

- **Publicaciones**

ART. 53.- Dentro de los siguientes quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo. Mediante la fijación de dos (2) copias de carácter legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria (CST, art. 120)

Capítulo 14

- **Vigencia**

ART. 54. – El presente reglamento estará regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121)

Capítulo 15

- **Disposiciones finales**

ART. 55. – Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, queda sin efecto las disposiciones del reglamento que ante la fecha haya tenido la empresa.

Capítulo 16

- **Cláusulas ineficaces**

ART. 56. – No producirán ningún efecto las clausuras del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en la relación con la establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (CST, art. 109).

Capítulo 17

- **Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimientos interno de solución.**

ART. 57.- Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva conviviente que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra. La salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

ART. 58. – En Desarrollo Del Propósito A Que Se Refiere Al Artículo, La Empresa Ha Previsto Los Sigüentes Mecanismos (A TÍTULOS DE EJEMPLOS):

1. Información a los trabajadores sobre la ley 1010 del 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en la relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas y el tratamiento sancionatorio.

2. Espacios para el dialogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.
3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:
4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ART. 59. – Para los efectos relacionados con la búsqueda de soluciones de las conductas de acoso laboral se establece el siguiente procedimiento interno con el cual pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por la ley para este procedimiento (a título de ejemplo).

1. La empresa tendrá un comité (u organismo de similar tenor) integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante del empleador o su delegado. Este comité se denominará “comité de convivencia laboral”
2. El comité de convivencia laboral realizara las siguientes actividades:
 - a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y armonía en la relación de trabajo, formulado a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y las consideraciones que estimare necesarias.
 - b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.
 - c) Examinar de manera confidencialidad, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.
 - d) Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener clima laboral conviven te en las situaciones presentadas manteniendo el principio de confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.
 - e) Hacer las sugerencias que considerare necesaria para la realización y desarrollo de los, mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más

efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente en aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.

f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2° del artículo 9° de la ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.

g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

3. Este comité se reunirá por los menos, dos veces al mes, designará de su seno un coordinador ante quien podrá presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventuales con figurantes de acoso laboral n con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral.

4. Recibidas las solicitudes para evaluar posibles situaciones de acoso laboral, el comité en la sesión respectiva las examinará, escuchando, si a ello hubiera lugar, a las personas involucradas; construirá con tales personas la recuperación de tejido conviviente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensable y, en casos especiales promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia.

5. Si como resultado de la actuación de comité este considerare prudente adoptar medidas disciplinarias. Dara traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento.

En todo caso, el procedimiento preventivo interno consagrado en este artículo no impide o afecta el derecho de quien se considere víctima de acoso laboral para adelantar las acciones administrativas y judiciales establecidas para el efecto en la ley 1010 de 2006.

4.8. Favores comerciales

Cada día la empresa se enfrenta a decisiones que pueden afectar o beneficiar la operación como compañía productora de alimentos, dichas decisiones que reflejan el éxito que tiene la empresa comercialmente, se afianza los valores, compromiso y los principios que la identifican. La empresa no solo tiene compromiso externo a cumplimiento de proveedores sino también internamente con sus

empleados, pues de esto depende que los empleados tengan sentido de pertenencia con la compañía y su desempeño de resultados a un 200 %, de la mano crece la empresa y su labor comercial día a día.

Otro de los favores comerciales son las características de un trabajo en equipo que consisten en: el establecimiento de objetivos precisos y la definición de un proceso en el transcurso del trabajo en equipo, el desarrollo y la cooperación entre los miembros del equipo y, el desenvolvimiento de un proceso que ayude a tomar una decisión debidamente fundamentada para la obtención de resultados positivos. También, es esencial en un trabajo de equipo la presencia de un líder que sepa conducir el equipo, él mismo debe de mostrar confianza, trazar una orientación para el futuro y, movilizar a las personas para concretizar los objetivos.

Este factor es esencial en el contexto empresarial ya que se ha demostrado que trabajar en grupo presenta mejores resultados en el desarrollo de los proyectos planteados, esto es en virtud, de que cada miembro posee diferentes pensamientos lo que es fundamental para establecer soluciones a los diferentes problemas. Asimismo, algunas personas opinan que trabajar en equipo es más fácil y divertido ya que permite terminar el trabajo de manera rápida y eficiente, así como, contribuye a mejorar el desempeño de todos.

4.9. Contravenciones

En el presente código de conducta las contravenciones se utilizarán para cuando un miembro de la organización incumpla alguna de las normas que rigen la empresa, de acuerdo al código de conducta que va dirigido a las áreas operativas, administrativas, comerciales y miembros de la junta directiva de POLLO OLYPICO S.A. todos y cada uno de los miembros de la empresa debe conocer a fondo en que consiste este reglamento, identificando los beneficios de la empresa hacia sus colaboradores, pero también tener claridad de que las normas allí registradas lo están es para cumplirlas y no para evadir responsabilidades que puede afectar la línea de producción y sus desempeño al interior de la empresa.

Las contravenciones nunca serán aplicadas a circunstancias graves, sino que tienen que ver ante todo con la responsabilidad que se tiene al formar parte de una sociedad; es por ello que desde el punto de vista del derecho no forman parte de lo que se denomina derecho penal común. y es por esto que pueden ser utilizadas a la hora de realizar correctivos en la compañía a sus colaboradores.

4.10. Negociaciones

Negociaciones con clientes, proveedores y consumidores

Toda negociación que se realice a nombre de POLLO OLYMPICO S.A. estas se llevaran de manera ética, honestas y transparente. Ya que es una compañía que se caracteriza por cumplir estrictamente con las normas legales que regulan las actividades relacionadas con el giro de sus negocios.

Todo el personal que esté relacionado con las ventas y las negociaciones con nuestros clientes, proveedores y consumidores están sujetos a cumplir con las normas establecidas por las autoridades regulatorias comerciales, al igual también deben cumplir con los procedimientos establecidos por Pollos Olímpicos S.A.

Como norma de POLLO OLYMPICO S. A se requiere que todos sus trabajadores actúen de manera transparente hacia nuestros clientes, contratistas e inversionistas, en el mercado, reportes de operaciones sospechosas, conservación de documentos y la atención oportuna de las autoridades. Para evitar sobornos, fraudes, lavado de activos emitidos por la Dian y superintendencia de sociedades y financieras.

- **Fraude**

Es la acción incorrecta de una entidad o persona con el objetivo de conseguir algún beneficio económico o político.

Cualquier persona que labora en POLLO OLYMPICO S.A. participe en fraude será despedido con justa causa y sin pago de indemnización.

- **Soborno**

Es la acción inadecuada por parte de una persona o entidad al momento de ofrecer a un tercero dinero u objeto de valor por algún beneficio propio.

A cualquier trabajador que se encuentre culpable con pruebas sostenibles de sobornos esta persona será retira de su cargo y despedida con justa causa y sin pago de indemnización.

4.11. Uso de la información de empresa

1. Políticas De Uso Y Manejo De Información Confidencial

Alcance

Esta Política de Protección de Datos Personales se aplicará a todas las Bases de Datos y/o Archivos que contengan Datos Personales que sean objeto de Tratamiento por parte de POLLO OLYMPICO S.A. considerada como responsable y/o encargada del tratamiento de Datos Personales, (en adelante LA EMPRESA). Igualmente, esta Política aplicará a todos los canales de comunicación e interacción que adelante LA EMPRESA y en la que se recolecten Datos Personales tales como Datos Personales Sensibles, comerciales y/o administrativos, entre otros.

Se tiene estricta aplicación del Principio de Seguridad en el Tratamiento de Datos Personales, proporcionará las medidas técnicas, humanas y administrativas que sean necesarias para otorgar seguridad a los registros evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento. La obligación y responsabilidad de la empresa se limita a disponer de los medios adecuados para este fin

2. Identificación Del Responsable Del Tratamiento De Datos Personales

POLLO OLYMPICO S.A., sociedad con domicilio en la Carrera 79 D # 16c-51 de la ciudad de Bogotá D.C., Colombia. Correo electrónico pqr@polloolympico.com, teléfono (+571) 7562000.

3. Revisión

LA EMPRESA se reserva el derecho de modificar el contenido de la Política sin previo aviso con el fin de reflejar cualquier cambio legislativo, técnico, tecnológico, comercial o administrativo. Una vez actualizada la Política, la misma estará disponible para su consulta y se les notificarán a los Titulares los cambios indicando la fecha en que las modificaciones entraron en vigor.

4. Definiciones

- Autorización: Consentimiento previo, expreso e informado del Titular para llevar a cabo el Tratamiento de Datos Personales.
- Aviso de Privacidad: Comunicación verbal o escrita generada por el Responsable, dirigida al Titular para el Tratamiento de sus Datos Personales, mediante la cual se le informa acerca de la

existencia de las Políticas de Tratamiento de Información que le serán aplicables, la forma de acceder a las mismas y las finalidades del Tratamiento que se pretende dar a los datos personales.

- Base de Datos: Conjunto organizado de Datos Personales que sea objeto de Tratamiento.
- Dato Personal: Cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o varias personas naturales determinadas o determinables de naturaleza pública o privada.
- Dato Público: Es el dato que no sea semiprivado, privado o sensible. Son considerados datos públicos, entre otros, los datos relativos al estado civil de las personas, a su profesión u oficio y a su calidad de comerciante o de servidor público. Por su naturaleza, los datos públicos pueden estar contenidos, entre otros, en registros públicos, documentos públicos, gacetas y boletines oficiales y sentencias judiciales debidamente ejecutoriadas que no estén sometidas a reserva.
- Datos Sensibles: Se entiende por datos sensibles aquellos que afectan la intimidad del Titular o cuyo uso indebido puede generar su discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva intereses de cualquier partido político o que garanticen los derechos y garantías de partidos políticos de oposición, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual, y los datos biométricos.
- Encargado del Tratamiento: Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, realice el Tratamiento de Datos Personales por cuenta del Responsable del Tratamiento. En los eventos en que el Responsable no ejerza como Encargado de la Base de Datos, se identificará expresamente quién será el Encargado.
- Responsable del Tratamiento: Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, decida sobre la Base de Datos y/o el Tratamiento de los datos.
- Términos y Condiciones: Marco general en el cual se establecen las condiciones para los participantes de actividades promocionales o afines.
- Titular: Persona natural cuyos Datos Personales sean objeto de Tratamiento.
- Tratamiento: Cualquier operación o conjunto de operaciones sobre Datos Personales, tales como la recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión.
- Transferencia: La transferencia de datos tiene lugar cuando el Responsable y/o Encargado del Tratamiento de datos personales, ubicado en Colombia, envía la información o los datos personales a un receptor, que a su vez es Responsable del Tratamiento y se encuentra dentro o fuera del país.

- Transmisión: Tratamiento de Datos Personales que implica la comunicación de los mismos dentro o fuera del territorio de la República de Colombia cuando tenga por objeto la realización de un Tratamiento por el Encargado por cuenta del Responsable.

5. Tratamiento

Pollo Olympico S. A actuando en calidad de Responsable del Tratamiento de Datos Personales, para el adecuado desarrollo de sus actividades comerciales, así como para el fortalecimiento de sus relaciones con terceros, recolecta, almacena, usa, circula y suprime Datos Personales correspondientes a personas naturales o con quienes tiene o ha tenido relación, tales como, sin que la enumeración signifique limitación, trabajadores y familiares de éstos, accionistas, consumidores, clientes, distribuidores, proveedores, acreedores y deudores.

5. Finalidad

Los Datos Personales son objeto de Tratamiento por parte de Pollo Olympico S. A con las siguientes finalidades:

- Para el envío de información a sus trabajadores y familiares
- Para la prestación de los servicios de salud a los familiares de los trabajadores de Pollo Olympico S. A beneficiarios del servicio de salud
- Para el reconocimiento, protección y ejercicio de los derechos de los accionistas de Pollo Olympico S. A
- Para el fortalecimiento de las relaciones con sus consumidores y clientes, mediante el envío de información relevante para la EMPRESA, la toma de pedidos y la atención de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR's) por parte del área encargada de los (PQR's), la evaluación de la calidad de su servicio al cliente y la invitación a eventos organizados directamente o a través de convenios públicos o privados por LA EMPRESA, entre otros;
- Para el registro de cursos, clases y talleres entre otros, que sean desarrollados por Pollo Olympico S. A o en convenio con otras empresas públicas o privadas y/o con entidades públicas nacionales o internacionales.
- Para la verificación de saldos de sus acreedores.

- Para la determinación de obligaciones pendientes, la consulta de información financiera e historia crediticia y el reporte a centrales de información de obligaciones incumplidas, respecto de sus deudores.
- Para mejorar, promocionar y desarrollar sus productos y/o servicios.
- Para actividades de mercadeo, estadísticas, de investigación y demás propósitos comerciales que no contravengan la legislación vigente en Colombia.
- Para la atención de requerimientos judiciales o administrativos y el cumplimiento de mandatos judiciales o legales.
- Para eventualmente contactar, vía correo electrónico, o por cualquier otro medio, a personas naturales con quienes tiene o ha tenido relación, tales como, sin que la enumeración signifique limitación, trabajadores y familiares de éstos, accionistas, consumidores, clientes, distribuidores, proveedores, acreedores y deudores, para las finalidades antes mencionadas.

7. Derechos De Los Titulares De Los Datos Personales

Las personas naturales cuyos Datos Personales sean objeto de Tratamiento por parte de LA EMPRESA, tienen los siguientes derechos, los cuales pueden ejercer en cualquier momento:

- Conocer los Datos Personales sobre los cuales Pollo Olympico S. A está realizando el Tratamiento. De igual manera, el Titular puede solicitar en cualquier momento, que sus datos sean actualizados o rectificadas, por ejemplo, si encuentra que sus datos son parciales, inexactos, incompletos, fraccionados, induzcan a error, o aquellos cuyo Tratamiento esté expresamente prohibido o no haya sido autorizado.
- Solicitar prueba de la autorización otorgada a Pollo Olympico S. A para el Tratamiento de sus Datos Personales.
- Ser informado por Pollo Olympico S. A, previa solicitud, respecto del uso que ésta le ha dado a sus Datos Personales.
- Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio quejas por infracciones a lo dispuesto en la Ley de Protección de Datos Personales.
- Solicitar a Pollo Olympico S. A la supresión de sus Datos Personales y/o revocar la autorización otorgada para el Tratamiento de los mismos, mediante la presentación de un reclamo, de acuerdo

con los procedimientos establecidos en el numeral 12 de esta Política. No obstante, la solicitud de supresión de la información y la revocatoria de la autorización no procederán cuando el Titular de la información tenga un deber legal o contractual de permanecer en la Base de Datos y/o Archivos, ni mientras se encuentre vigente la relación entre el Titular y Pollo Olimpico S. A, en virtud de la cual fueron recolectados sus datos.

- Acceder de forma gratuita a sus Datos Personales objeto de Tratamiento.

8. Área Responsable De La Implementación Y Observancia De Esta Política

El área encargada por LA EMPRESA será la Gerencia General para el Tratamiento de Datos Personales tiene a su cargo la labor de desarrollo, implementación, capacitación y observancia de esta Política. Esta área será la responsable de la atención de las Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR's) que reciban por parte de los Titulares de Datos Personales, quienes podrán ejercer sus derechos a conocer, actualizar, rectificar y suprimir el dato y revocar la autorización.

9. Autorización

LA EMPRESA debe solicitar autorización previa, expresa e informada a los Titulares de los Datos Personales sobre los que requiera realizar el Tratamiento.

- Autorización previa significa, que el consentimiento debe ser otorgado por el Titular, a más tardar en el momento de la recolección de los Datos Personales.
- Autorización expresa quiere decir que el consentimiento del Titular debe ser explícito y concreto, no son válidas las autorizaciones abiertas y no específicas. Se requiere que el Titular manifieste su voluntad de autorizar que LA EMPRESA realice el Tratamiento de sus Datos Personales.

Esta manifestación de voluntad del Titular puede darse a través de diferentes mecanismos puestos a disposición por LA EMPRESA, tales como:

- Por escrito o por medio de suscripción directa con la EMPRESA o vinculación por medio de cualquier convenio público o privado en el que haya autorizado dicho Tratamiento de Datos Personales; por ejemplo, diligenciando un formato de autorización, inscribiéndose en los cursos, talleres, clases entre otros, vía página web o correo electrónico o inscribiéndose en cualquier actividad que realice LA EMPRESA en el marco de la ejecución de un convenio público o privado.

- De forma oral, por ejemplo, en una conversación telefónica o en videoconferencia.
- Mediante conductas inequívocas que permitan concluir que otorgó su autorización, por ejemplo, a través de su aceptación expresa a los Términos y Condiciones de una actividad dentro de los cuales se requiera la autorización de los participantes para el Tratamiento de sus Datos Personales.

IMPORTANTE: En ningún caso LA EMPRESA asimilará el silencio del Titular a una conducta inequívoca.

Cualquiera que sea el mecanismo utilizado por LA EMPRESA, es necesario que la autorización se conserve para poder ser consultada con posterioridad.

- Autorización Informada significa que, al momento de solicitar el consentimiento al Titular, debe informársele claramente:
- Los Datos Personales que serán recolectados.
- La identificación y datos de contacto del Responsable y del Encargado del Tratamiento.
- Las finalidades específicas del Tratamiento que se pretende realizar, es decir: cómo y para qué se va a hacer la recolección, el uso, la circulación de los Datos Personales.
- Cuáles son los derechos que tiene como Titular de los Datos Personales; para el efecto ver el numeral 7 de ésta Política.
- El carácter facultativo de la respuesta a las preguntas que le sean hechas, cuando éstas versen sobre datos sensibles o sobre los datos de niñas, niños y adolescentes

a. Comunicaciones estratégicas

Fijar una línea de comunicación totalmente efectiva en una empresa, no es tan fácil como luce, sin embargo, es importante considerar los factores en cuanto a competitividad y productividad en el equipo, ya que esto podría resolver, o evitar problemas comunicativos.

- Da a conocer tu visión: esto funciona para evitar mal entendidos. Es importante que todo el personal conozca la misión y la visión que tiene la empresa, y que la compartan. Conocer cuáles son los objetivos que seguir contribuirá a que los empleados se mantengan motivados en cuanto al cumplimiento de sus labores.
- Crear un buen clima en la empresa: para que la información sea fluida, y por tanto la comunicación, es importante limar las barreras que puedan existir entre el personal, como, por

ejemplo: las murmuraciones, los prejuicios y la falta de confianza; reforzando para ello la confianza, el reconocimiento del trabajo individual y fomentando el respeto entre el personal, con el propósito de incentivar el diálogo entre todos.

- Planifica reuniones de staff periódicamente: muchas veces delegamos todo el proceso comunicativo a las redes sociales, tales como: LinkedIn, sistemas de mensajería internos, o correos corporativos. Sin embargo, aunque estos posean una utilidad increíble al momento de transmitir información, la comunicación directa, cara a cara, siempre será la forma más eficaz para dar a conocer detalles de algún tema. Pues, muchas veces, las plataformas no permiten que suceda la interacción real entre los seres humanos, lo cual incluye la interpretación del lenguaje gestual y corporal, por ello, es conveniente planificar reuniones entre los compañeros, con el propósito de resolver dudas y verificar que todos están enfocados en la búsqueda de los mismos objetivos.
- Resolver las situaciones conflictivas: es frecuente, e incluso normal, que en los ambientes laborales se presenten diferencias entre los colaboradores, debido a la pluralidad de opiniones y visiones que imperan en el entorno. Sin embargo, es importante impedir que dichas diferencias se transformen en problemas capaces de afectar la armonía grupal, o interferir en el clima empresarial.
- Comprender la pluralidad: esto es primordial, comprender que, en las dinámicas laborales, muchas veces hay empleados extranjeros y otros nacionales. Así que siempre habrá diferencias entre pensamientos, idiomas, e incluso formas de ver el mundo, y es importante reconocer estos factores al momento de emplear un sistema comunicativo que haga posible la comprensión de las opiniones de todos, sin importar sus creencias, sino siempre teniendo presente el respeto.

b. Cultura social y religión

Comportamientos de la Empresa

a) Respeto de sí misma

Deberá, como primera obligación, realizar su misión, preservar, mantener y robustecer su propia identidad y manifestarla claramente a sus destinatarios y a cuantos trabajan en ella, y hacerla visible al público en general por todos los medios apropiados para ello.

- En la práctica ello implica la formulación periódica y la actuación permanente de acciones estratégicas eficaces, encaminadas a esa finalidad; pero, sobre todo, que en su modo de funcionar y comportarse internamente y hacia el exterior sea ella misma encarnación viva de la misión que pretende realizar y de los principios y valores que intenta comunicar, y se manifieste públicamente como tal.
- Se autoevaluará regularmente, de modos sinceros y objetivos, sobre estos aspectos, tan vitales para ella y para el servicio que está llamada a prestar.

b) Con la Iglesia

- Desarrollará sus actividades en comunión con la Iglesia y cooperará a sus planes e iniciativas en el ámbito en que radica, siendo al mismo tiempo solidaria con las iniciativas de carácter universal de la misma; y hará todo lo posible para mantener relaciones cordiales con las autoridades y organismos de las iglesias locales y con otras instituciones semejantes de su mismo ámbito.

c) Con la sociedad en general

- Desarrollará su actividad sin interferencias políticas de ninguna clase. Cualquier relación con gobiernos, autoridades, instituciones y organismos públicos se llevará a cabo de forma lícita, ética y respetuosa. Al mismo tiempo, ha de ser consciente del deber general de cooperar, según su propia naturaleza y posibilidades, al bien común del medio en que está implantada.
- De modo particular: Cumplirá fielmente y en su ámbito hará cumplir todas las obligaciones que legalmente correspondan. Se comprometerá a actuar de modo respetuoso con el medio ambiente, observando los procedimientos y prácticas generalmente aceptadas en la materia y expresamente promovidas por la Compañía. Para lograrlo, ofrecerá oportunamente a quienes trabajan en ella y a sus beneficiarios orientaciones sobre perspectivas, recursos y prácticas compartidas de índole ecológica y les pedirá comportamientos concretos consecuentes con ellas.

d) Con sus empleados y colaboradores

- Trato digno y respetuoso con las personas:

El respeto y el trato digno a las personas, así como el rechazo de cualquier actitud vejatoria o discriminatoria constituyen un principio básico e irrenunciable de actuación.

Nadie será discriminado, desfavorecido o beneficiado en el empleo por su ideología, religión o creencias, su pertenencia a una etnia, raza o nación, su sexo, orientación sexual, enfermedad o discapacidad física o psíquica, por ostentar la representación legal o sindical de los trabajadores o por el uso de cualquier lengua que sea oficial dentro de cada Comunidad Autónoma según la legislación establecida, atendidas las circunstancias de cada caso.

c. Recursos financieros y decisiones de inversión

Tabla 3

Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta

Actividad	Facilitador	Cantidad de Tiempo	Costo por Hora	Total
Formación del comité líder	Equipo Dinamizador	8	\$118.750	\$ 950.000
Revisión del plan estratégico	Equipo Dinamizador	16	\$ 75.000	\$ 1.200.000
Revisión de otros códigos	Asesor externo	16	\$ 81.250	\$ 1.300.000
Capacitación tema ético	Asesor externo	16	\$ 125.000	\$2.000.000
Elaboración Borrador del Código	Equipo Dinamizador	110	\$ 77.272	\$ 8.500.000
Revisión del Código	Asesor externo	16	\$112.500	\$ 1.800.000
Aprobación del Código		8	\$75.000	\$600.000
Lanzamiento y Entrega del Código	Equipo Dinamizador	40	\$ 70.000	\$ 2.800.000
Subtotal				\$ 18.200.000
		Cantidad	Valor Unitario	Total
Video Institucional	Asesor externo	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Banner	Asesor externo	1	\$ 416.000	\$ 416.000
Códigos de Ética impresos	Asesor externo	200	\$ 50	\$ 10.000
Publicación en la página web de la empresa	Asesor externo	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Logística	Asesor externo			\$ 5.800.000
Invitaciones al lanzamiento	Asesor externo	200	\$ 2.500	\$ 500.00
Video Been	Asesor externo	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Refrigerio	Asesor externo	200	\$5.000	\$ 1.000.000

Subtotal	\$ 9.126.000
Total	\$ 27.326.000

Fuente: los autores

8. Stakeholders

a. Descripción de los Stakeholders

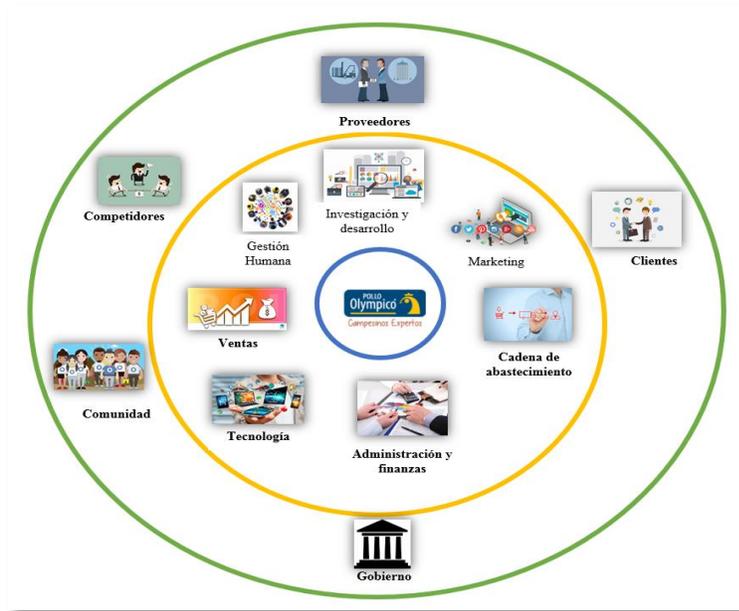
Stakeholders significa en el ámbito empresarial “interesado o partes interesadas” en la cual se refiere a las personas que se pueden ver afectadas en las actividades o en los procesos que desempeña la organización. Aquí identificamos las personas u organización que de alguna manera tiene interés en la empresa o está relacionada directa o indirectamente.

En este grupo podemos encontrar las partes interesadas internas. Como son los accionistas, directivos y los trabajadores. Y en la parte externa podemos encontrar clientes, proveedores, entidades financieras, gobierno, comunidad. Cada una de estas variables es importante en los procesos de la compañía ya que al fallar alguna de estas la empresa puede estar corriendo el riesgo al fracaso. Por eso es muy importante tener claro las partes interesadas de las compañías para crear estrategias que favorezcan los procesos de cada una de ellas.

b. Mapa Genérico seleccionado para la empresa Pollo Olympico S.A.

Figura 2

Mapa Genérico Stakeholders Pollo Olympico S. A



Fuente: los autores

8.1. Stakeholders Internos

- **Marketing:** es una de las áreas más importantes para la empresa, ya que por medio de las innovaciones que realizan constantemente en la imagen del producto y la publicidad conduce al éxito de incrementar las ventas. Además también busca concientizar a los consumidores, de los diferentes beneficios que tiene al momento de consumir pollo de la compañía Pollos Olímpico S.A.
- **Investigación y Desarrollo:** por medio de las investigaciones que realizan a los consumidores, crean recetas con nuestro producto principal, que es el pollo, convirtiéndolas rentables para el bolsillo de los consumidores.
- **Gestión Humana:** Su trabajo como administradores del recurso humano, selecciona y capacita al personal garantizándole a la empresa un equipo de trabajo productivo, competente y en permanente desarrollo para mejorar la productividad y obtener unos excelentes resultados.
- **Ventas:** Garantiza el posicionamiento de las marcas ante la competencia y ofreciéndole a los clientes la adquisición de nuestro producto en los diferentes canales de distribución como son las tiendas de Pollos Olímpico, distribuidores, famas y tiendas de barrio.

- **Cadena de abastecimiento:** Es la encargada de asegurar la entrega oportuna del producto a los clientes finales. Dándoles la tranquilidad del consumo del producto con los más altos estándares de calidad, productividad y un costo asequible.
- **Administración y finanzas:** Es la encargada de que los diferentes procesos de la compañía funcionen adecuadamente de acuerdo a los estándares y normas que rige a la compañía y a un bajo costo.
- **Tecnología:** es la que implementa innovación tecnológica para mejorar los procesos productivos tanto de la parte operativa como la administrativa. Para lograr una mejor eficacia.

8.2. Stakeholders Externos

- **Proveedores:** la gestión que cumple para la compañía es importante ya que permite que las operaciones en la cadena de valor sean eficientes y competitivas para los estándares de calidad que se ofrece en el producto final y así seguir creciendo en el mercado.
- **Clientes:** Los consumidores hoy en día buscan unos productos que sean saludables y con precios razonables. es por esto que Pollos Olympico S. A ofrece un producto fresco y delicioso, es por esto que las aves son criadas en un ambiente natural, con la mejor alimentación un sano crecimiento.
- **Competidores:** aunque Pollos Olympico S. A tiene dos grandes competidores que son Mac pollo y Pimpollo se ha caracterizado por destacarse en la atención al cliente y ofrecer una excelente calidad en su producto.
- **Comunidad.** Pollos Olympico S. A es una empresa que está comprometida en generar empleos en el departamento de Cundinamarca a la cual esto ha beneficiado a la sociedad y también al gobierno. Es por esto que tiene la capacidad de opinar en las diferentes leyes que estable en la comisión del senado sobre los diferentes temas económicos.
- **Gobierno:** Pollos Olympico S.A. está regido y certificado por las siguientes normas.

1. Certificado invima:

A partir de la sanción de la Ley 1122 de 2007, por la cual se le asignó al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA: como Autoridad Sanitaria Nacional, además de las competencias determinadas en otras disposiciones legales.

El artículo 3° del mencionado Decreto, establece entre otras, las siguientes definiciones:

Artículo 3°. Definiciones. Para efectos del reglamento técnico que se establece a través del presente decreto y sus normas reglamentarias, adóptense las siguientes definiciones:

- **Autoridad competente:** Son las autoridades oficiales designadas por la ley para efectuar el control del Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control en los predios de producción primaria, el transporte de animales en pie, las plantas de beneficio, de desposte o desprese, de derivados cárnicos, el transporte, el almacenamiento y el expendio de carne, productos cárnicos comestibles y los derivados cárnicos destinados para el consumo humano, de acuerdo con la asignación de competencias y responsabilidades de ley. Autorización Sanitaria: Procedimiento administrativo mediante el cual la autoridad sanitaria competente habilita a una persona natural o jurídica responsable de un predio, establecimiento o vehículo para ejercer las actividades de producción primaria, beneficio, desposte o desprese, procesamiento, almacenamiento, comercialización, expendio o transporte bajo unas condiciones sanitarias.

Inscripción: Procedimiento administrativo mediante el cual la persona natural o jurídica responsable de un predio, establecimiento o vehículo se identifica ante la autoridad sanitaria Competente.

- **Inspector oficial:** Médico veterinario designado, acreditado o reconocido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Invima, para desempeñar actividades oficiales relacionadas con la higiene de la carne.
- **Registro:** Acto administrativo emitido por la autoridad sanitaria competente, en Reconocimiento a las condiciones sanitarias verificadas a través de la autorización sanitaria, que permite el ingreso a las listas oficiales.

2. Certificado ICA:

La ley 101 de 1993, el Artículo 7° del decreto 1840 de 1994 artículo 13 de la ley 1255 de 2008 el artículo 4° del decreto 3761 del 2009 considera. Que el instituto agropecuario – Ica es el responsable de proteger la sanidad agropecuaria del país con el fin de prevenir la inducción y propagación de

enfermedades que pueda afectar las especies animales domésticas de importancia económica a nivel nacional.

Que es necesario regular y controlar sanitariamente las actividades avícolas, estableciendo los requisitos para el certificado de las granjas avícolas bioseguras de engorde y definir estrategias para la prevención y control y erradicación de enfermedades de la especie aviar.

Objetivo: establecer los requisitos para la certificación de granja avícola de engorde como biosegura.

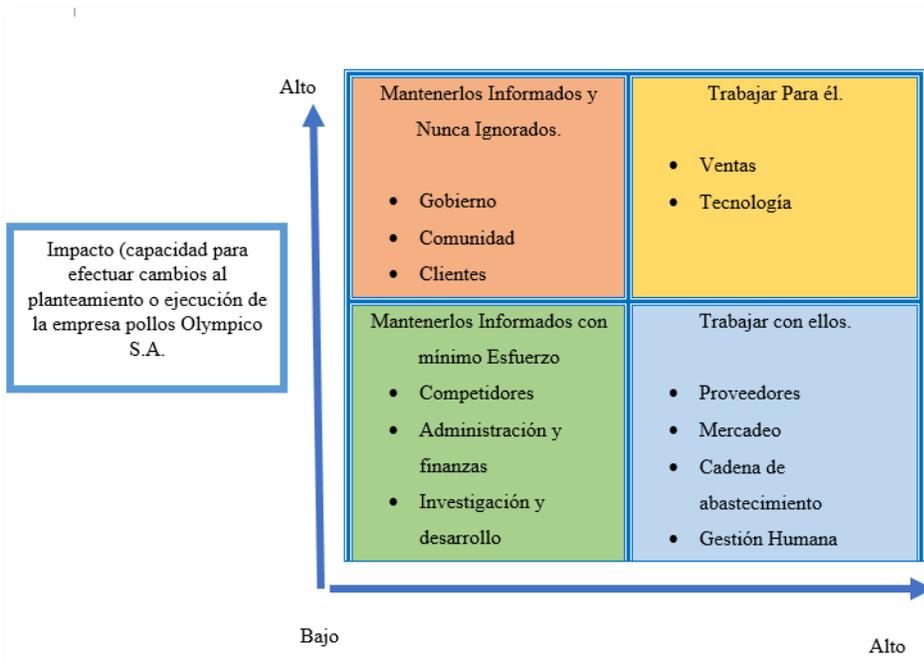
3. Fenavi

Federación Nacional de Avicultores de Colombia. El Fondo Nacional Avícola (FONAV) es el encargado de encauzar la Cuota de Fomento Avícola hacia programas de investigación.

8.3. Matriz de influencia / impacto

Figura 3

Matriz de Influencia/ Impacto Pollo Olympico S.A.



Fuente: los autores

- **Marketing:** Está ubicado en la parte inferior derecha, en la casilla “trabajar con ellos” ya que esta es un área en la cual hay que trabajar en conjunto para identificar las necesidades de los consumidores de pollos Olympico, al identificar las necesidades se implementan las diferentes pautas publicitarias dando a conocer las propiedades de la compañía y los beneficios que tienen al consumir el pollo de nuestra compañía.
- **Investigación y Desarrollo:** Esta área está ubicada en la parte inferior izquierda en la casilla “Mantenerlos Informados con el mínimo esfuerzo” por lo cual es muy importante dentro de la organización, ya que al trascurso del tiempo las necesidades de los consumidores y las tecnologías van cambiando. Es por esto que la investigación y desarrollo hay que mantenerlas informados de los diferentes cambios que se vayan presentando dentro y afuera de la compañía. para así tomar medidas y resolver las incertidumbres o brechas de entendimiento en la sociedad o en la compañía.
- **Gestión Humana:** Está ubicado en la parte inferior derecha, en la casilla “trabajar con ellos” ya que es importante estar en constante comunicación con esta área ya que le da un apoyo a las diferentes áreas de la compañía para seleccionar colaboradores que compartan los valores de la compañía y que además estén comprometidos con la misión y visión de pollo Olympico S.A.
- **Ventas:** esta área está ubicada en la parte inferior derecha en la casilla “trabajar para el” ya que esta área es muy importante para la compañía, ya que de ahí ingresan los activos para los gastos operacionales y administrativos de pollo Olympico. es importante aclarar que para un buen desempeño en esta área es necesario tener una excelente cadena de valor para cumplir con los pedidos solicitados.
- **Cadena de abastecimiento:** Está ubicado en la parte inferior derecha, en la casilla “trabajar con ellos” para un buen funcionamiento en los procesos productivos de la compañía es necesario que las áreas administrativas, financieras y compras estén en contante comunicación con esta área para facilitarles los materiales requeridos para las operaciones que se realizan al momento de transformar el producto y llevarlos al consumidor.

- **Administración y finanzas:** Esta área está ubicada en la parte inferior izquierda en la casilla “Mantenerlos Informados con el mínimo esfuerzo” esta área está encargada de organizar y ejecutar las operaciones comerciales, contables, fiscales. Esta área tiene un papel importante en los procesos de pollo olympico S. A, ejecutando las normas que rigen a la compañía y los protocolos de gestión de calidad. Logrando tener una excelente comunicación dentro de la empresa, asegura que los procesos productivos de la compañía sean satisfactorios.
- **Tecnología:** esta área está ubicada en la parte inferior derecha “trabajar para él” la tecnología hoy en día se ha convertido en un papel muy importante en la mayoría de las compañías. Es por esto es importante trabajar en esta área para implementar innovación en los procesos productivos de la compañía y mejorar la productividad tanto en la parte administrativa como operativa. Al no trabajar de la mano con la tecnología podríamos estar perdiendo eficiencia y eficacia en la productividad.
- **Proveedores:** Está ubicado en la parte inferior derecha, “trabajar con ellos” para lograr unos excelentes resultados en el área de producción y lograr resultados económicos esperados para la compañía, trabajamos en conjunto con nuestros proveedores con honestidad y transparencia.
- **Clientes:** Están ubicados en la parte superior izquierda “Mantenerlos Informados y nunca ignorarlos” los clientes son una parte fundamental para el desarrollo de la empresa por eso es necesario estar pendiente de las necesidades y generar confianza para que sigan consumiendo nuestros productos, tenemos tener en cuenta que los clientes son los que dejan el flujo de dinero a cambio de nuestro producto. Al perder la fidelidad por parte de ellos podemos estar corriendo el riesgo de la estabilidad financiera de la empresa.

Para no vernos afectados, debemos estar trabajando constantemente en la investigación de los costos y la calidad de la competencia y así volver las debilidades en fortalezas.
- **Competidores:** Esta área está ubicada en la parte inferior izquierda en la casilla “Mantenerlos Informados con el mínimo esfuerzo” la competencia es necesaria para nuestra empresa ya que por medio de esta podemos estar regulando los precios de nuestro producto, al no tener competencia en

nuestro entorno, seguramente nos estarían interviniendo constantemente las entidades por parte del gobierno.

Además, ya no estaríamos compitiendo por precios, si no ya estaríamos viendo otras variables como lo son la calidad del producto, la atención al cliente, entre otras si es necesario ver las falencias de las competencias y analizar las de nuestra empresa, para así fortalecernos y ser cada día mejores en nuestros procesos productivos.

- **Comunidad:** Están ubicados en la parte superior izquierda “Mantenerlos Informados y nunca ignorarlos” en el pasado las empresas tan solo estaban pendientes de generar activos para sus empresas sin tener precaución en los daños que podrían estar generando en las comunidades, pero en el siglo XXI esta situación ha ido cambiando ya que las empresas tienen que estar aportando para el beneficio de las comunidades y en lo ambiental, siendo más responsables en los procesos productivos de sus empresas. Es necesario estar en constante contacto con la comunidad y aportar un granito de arena para beneficiar estas comunidades para no correr el riesgo de ser demandados o sancionados económicamente situación que afectaría a la organización.
- **Gobierno:** Están ubicados en la parte superior izquierda “Mantenerlos Informados y nunca ignorarlos” es importante cumplir con las diferentes normas dentro de nuestra compañía para así tener la tranquilidad de seguir ejecutando nuestras labores. Y de igual manera darles la tranquilidad a nuestros clientes de la calidad del producto que está consumiendo. Al no cumplir con las normas y leyes podemos estar corriendo el riesgo de ser sancionados o que nos cierren la empresa.

Es de gran importancia estar informados de cualquier cambio en las leyes y normas, o de las nuevas regulaciones establecidas por las entidades reguladoras del gobierno.

7.1. Plan de Responsabilidad Social DE Pollo Olympico S.A

Tabla 4

Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL POLLO OLYMPICO S. A							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Ventas	Formular nuevas propuestas para aumentar los índices de ventas.	Capacitar a los asesores de ventas, en diferentes técnicas estratégicas para que cada venta elaborada sea efectiva.	1 semana con un tiempo de 2 horas por día	Contratación de consultores en ventas.	(30 vendedores capacitados/ 30 vendedores de la empresa) *100%= 100%	Trimestral
			Establecer metas de ventas mensuales.	Mensual	Estadísticos	(30 vendedores capacitados/ 30 vendedores de la empresa) *100%= 100%	Mensual

Administración y finanzas	Mejorar y controlar los procesos productivos y financieros de las diferentes áreas de la compañía	Analizar los balances de cuentas de resultados de la empresa para tomar decisiones a nivel comercial, operacional y de recursos humanos. Y así mismo elaborar un balance con solvencia.	1 mes	Recurso humano en finanzas. Documentos financieros de la empresa.	(15 trabajadores del área de administración y finanzas / 15 trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa) *100%= 100%	Trimestral
Clientes	Establecer una relación comercial optima con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes vs sus intereses comerciales y utilitarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar un producto con una excelente calidad y trazabilidad que genere confianza y fidelidad al cliente, a un costo favorable para ambas 	Diario evaluando la calidad del producto y del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Físicos: planta de producción y procesamiento . Vehículos termo refrigerados. • Técnicos y humanos: expertos profesionales que supervisan 	Nivel de satisfacción de clientes, analizando el indicador de compra de cada uno vs el número de clientes de la compañía. (Número de Pedidos diarios / Número de	Diario

		partes permitiendo que haya una relación comercial constante y satisfactoria		constantement e los procedimient s para garantizar una calidad óptima en el producto.	clientes total de la empresa) *100%	
	Establecer una relación comercial optima con los proveedores con el fin de asegurar un constante y seguro abastecimiento de materias primas a costos favorables para la compañía.	Ampliar los canales de abastecimiento por medio de diferentes proveedores que ofrezcan alternativas eficientes en cuanto a materias primas y excelentes precios.	1 mes	Recursos físicos y Técnicos: empresas especializadas en la fabricación y comercialización de materias primas e industriales. Recursos humanos: personal especializado en el asesoramiento de los insumos requeridos por la empresa.	Efectividad de los productos vs nivel de ahorro en costos. Se mide a través del descuento obtenido en la compra por escalas de los suministros mensualmente. (Valor de los suministros mes anterior – Valor de los suministros es actual) / Valor suministros mes anterior * 100%	Mensualmente
Proveedores						

Trabajadores	Preparar a cada uno de los colaboradores sobre la importancia de sus funciones y la eficacia con la que se debe desarrollar para obtener óptimos resultados que beneficien a todo el círculo de la compañía.	Capacitar constante a cada uno de los colaboradores según sus áreas de trabajo con el fin de que sus conocimientos se amplifiquen, y la eficiencia en cada una de sus funciones evolucione satisfactoriamente.	1 vez cada 2 meses con una intensidad horaria de 2 horas	Recursos físicos: Salón de capacitaciones. Recursos humanos y técnicos: Especialistas profesionales que orientan y capacitan el personal de acuerdo con el área de la empresa.	Eficiencia en Tiempos y movimientos en cada una de las áreas de empresa: tiempo estimado para la realización de las actividades específicas de un área / tiempo real en que se realizó * 100%	Diariamente
Gobierno	Trabajar en la mejora de los procesos actuando con transparencia y basados en el estricto cumplimiento de la legislación	se efectuarán todas las reglamentaciones de leyes y permisos judiciales, para evitar sanciones y multas, se tendrán en	1 mes	Recurso humano en finanzas. Documentos financieros de la empresa.	(15 trabajadores del área de administración / 15 trabajadores del área de administración de la empresa) *100%= 100%	Mensualmente

	y las políticas empresariales.	cuenta un plan de gestión social, el cual ayudara a mitigar los efectos negativos del impacto ambiental					
	Tecnología	<p>Crear una ventaja competitiva</p> <p>Reducir costos de producción y capital, administración.</p> <p>Mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias.</p>					
Social							
	Investigación y desarrollo	<p>Identificar oportunidades para desarrollar nuevos métodos que aumenten la eficiencia y la utilidad en la</p>	<p>Capacitar constantemente el personal del área de Investigación y Desarrollo con el fin de que conozcan a</p>	<p>Diariamente como parte de sus funciones laborales.</p>	<p>Recursos Físicos: todas las áreas de la empresa, producción, ventas, administración etc.</p> <p>Recursos humanos:</p>	<p>Presentación de propuestas para el mejoramiento de los procesos de la compañía. (Número de propuestas</p>	Trimestral

	productividad de la compañía.	fondo las fortalezas y debilidades de la compañía y posean la potestad para identificar oportunidades de cambio y mejoramiento de la compañía.		todo el personal de la compañía que aporten ideas y sugerencias para el mejoramiento de los procesos.	durante el trimestre anterior - número de ideas propuestas durante el trimestre actual) /Número de ideas propuestas trimestre anterior *100%	
Gestión Humana	Identificar personal idóneo para integrar el círculo de colaboradores de la compañía.	Capacitar el personal de gestión humana para actualizar y mejorar constantemente los procesos y métodos de selección del personal de la compañía.	1 vez al mes 3 horas.	Sala de capacitaciones de la compañía, con personal o jefes de áreas estrictamente preparados para dirigir y capacitar a los colaboradores del área en mención.	Nivel de eficiencia en los procesos de selección del personal de la compañía. Número de empleados egresados mes anterior – Número de empleados egresados mes actual / número de empleados	Mensual

					mes anterior *		
Ambiental	Comunidad	Identificar las problemáticas que se están presentando con la comunidad.	Reunir información por medio de entrevistas sobre las problemáticas que se están presentando dentro de la comunidad.	5 meses	Investigadores grabadoras de mano, transporte, formatos de control de visitas.	(200 trabajadores de pollo Olympico / 0 trabajadores de pollo Olímpico) *100%= 100%	Anual
	Marketing	Implementar marketing social a nuestros productos.	Crear campañas sociales donde explique los beneficios que tienen nuestros productos, en la nutrición de nuestros consumidores.	1 mes	Comunicadores sociales, videos.	(200 trabajadores de pollo Olympico / 6 trabajadores de pollo Olympico) *100%= 100%	Trimestral
	Cadena de abastecimiento	Crear una cadena de abastecimiento responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar los proveedores que trabajen con 	1 mes	Planillas de revisión periódico de estándares de calidad.	(20 / trabajadores de gestión de calidad y producción /15	Trimestral

materias primas responsable s con el medio ambiente.	Trabajadores de pollo Olympico. Proveedores	trabajadores de gestión de calidad y producción de la empresa)*100%= 100%
<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar periódicamente el cumplimiento de los estándares de calidad. 		

Fuente: los autores

7.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

Tabla 5

Plan de comunicaciones a los interesados

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Ventas: En las ventas la comunicación juega un papel importante ya que de esta depende el éxito en el cierre de venta, el tono de voz, comunicación no verbal, la presentación personal, la sintonía con el cliente.	A diario	Cara a Cara, vía telefónica.

Estos aspectos los reúne una persona comercial que tenga la habilidad de presentar un producto sin ningún inconveniente, hablando con propiedad y seguridad.

Administración Y Finanzas: Esta área le corresponde una comunicación clara concisa y directa, debido a que se manejan cifras cerradas y con un mínimo error afectara de gran forma la contabilidad de la compañía.

A diario

Cara a Cara,
vía telefónica.

Cadena de Abastecimiento y Proveedores:

El teléfono roto no solo es un juego de niños, si no en las empresas también se presenta, aun mas en la cadena de abastecimiento donde le damos prioridad a quedar bien diciéndole a la otra persona lo que quiere escuchar, un ejemplo a continuación.

Cliente pregunta a su Proveedor de Mercancía por la ubicación de su despacho...

Proveedor de Mercancía pregunta al Operador Logístico por la Ubicación de la carga y del vehículo...

Operador Logístico llama a Transportadora...

Transportadora llama a Conductor...

Conductor (Si es que contesta): informa la ubicación y estado de la carga y dice estoy a 2 horas de llegar (Real/ está a 5 horas del destino)

...Y se repite el ciclo de vuelta

Transportadora informa a Operador logístico la ubicación de la mercancía y dice que está a una hora de llegar (Real/ está a 5 horas del destino)

Operador Logístico notifica al Proveedor de la mercancía que el vehículo está llegando y que máximo en 30 minutos esa descargando la mercancía (Real/ está a 5 horas del destino)

Proveedor de Mercancía le dice a su cliente que en 5 minutos el vehículo ya debe estar llegando ((Real/ está a 5 horas del destino)

Cliente (Está furioso, inconforme). Finalmente se terminó el día y el vehículo no llevo porque existía un cierre en la ruta del cual nadie se dio cuenta.

Clientes: Señalamos la importancia de la comunicación con el cliente, pero la clave de una buena comunicación es saber cómo, cuándo, cuánto y qué contar:

Siempre
que se
necesitaCara a Cara,
vía telefónica.Siempre y
a diarioCara a Cara,
vía telefónica.

¿Cómo nos vamos a comunicar con el cliente?: Hay que saber el canal adecuado en función del perfil, puede ser un mensaje directo a través de Facebook o una llamada telefónica.

¿Cuándo se lo vamos a comunicar?: Las horas a las que se debe llamar a un cliente deben ser lógicas, según la ley están prohibidas antes de las nueve de la mañana y más tarde de las 21:00 horas y en festivos o fines de semana. En el caso del envío de una newsletter, los miércoles y jueves son los días escogidos como más favorables para realizar este tipo de correos.

¿Cuánto?: Los excesos no son buenos y la llegada de correos masivos o llamadas constantes consiguen el efecto contrario del buscado, una mala opinión que puede extenderse.

¿Qué comunicar?: Además de los puntos comentados anteriormente, el contenido del mensaje es clave. Debe ser una información que interese al receptor y tenga relevancia. Si se falla en este sentido, se consigue entrar en el buzón de SPAM. Si por el contrario se envía información de interés los clientes recibirán la información y la relación empresa-cliente se ve fortalecida consiguiendo un consumidor fiel.

Trabajadores: la comunicación con cada uno de los colaboradores es esencial para el éxito en cada uno de los procesos que integran la compañía y es importante delegar a cada líder de área para que cumpla con las funciones básicas para el manejo de la información a nivel interno y entre otras áreas. De allí se desprenden funciones por conductos regulares los cuales están basados según el organigrama de la empresa para así obtener una comunicación fluida y la información sea efectivo y rápido.

Gobierno: Este es importante ya que es quien establece las leyes a los empresarios, quien impone los impuestos y decide los parámetros de las empresas en Colombia.

Tecnología:

La comunicación hoy día ocupa un lugar muy importante y es considerada un factor esencial en todas las organizaciones. Al convertirse la información en un elemento esencial para todos, los métodos de control y recuperación están cambiando y facilitando el acceso a ella como consecuencia de las innovaciones tecnológicas.

Investigación Y Desarrollo: esta área requiere de una comunicación constante y actualizada con cada una de las áreas de la organización, ya que es la encargada de identificar oportunidades, detectar errores o fallas y diseñar planes de contingencia que permitan el constante mejoramiento de cada una de las áreas de compañía.

	Telefónicamente, correo electrónico y cara a cara
Todos los días	
Periódicamente	
	Redes sociales, correos internos, juntas directivas, voz a voz internamente
Siempre	
	Cara a cara, correo electrónico y telefónicamente.
A diario	

Social

Su función principal se basa en una comunicación continua diariamente según el área a mejorar y debe realizarse con los colaboradores involucrados en dicha área en mención.

Gestión Humana: esta área maneja una constante comunicación con las demás áreas de la compañía con el fin de conocer las necesidades concernientes al recurso humano, al igual identificar las falencias que se pueden presentar y satisfacer las necesidades de cada área con el fin de que el nivel de productividad sea eficiente y el entorno laboral cómodo para los colaboradores.

Comunidad: es importante que la compañía mantenga una comunicación positiva con la comunidad de la cual se encuentra rodeada, puesto que pueden existir insatisfacciones por parte de la misma que generaría ambientes hostiles para el desarrollo satisfactorio de actividad económica. En el caso de Pollo Olympico este factor recauda información importante para que la operación de compañía no afecte el entorno social de la comunidad que lo rodea.

Marketing: La comunicación integrada de marketing hace uso de diferentes medios para llevar a cabo su tarea de manera adecuada, tales como: La publicidad, el marketing directo, la promoción de venta, las ventas personales, las relaciones públicas, marketing digital, y marketing alternativo; de ahí el término “integrada” dado que su función es coordinar los diferentes medios y canales para transmitir una misma idea a través de los medios idóneos para el mercado que deseamos impactar.

Ambiental

A diario	Cara a cara, correo electrónico y memorandos
A diario	Vallas, carteles de aviso y notificaciones, propagandas de concientización y desarrollo
Seguimien to continuo	Medios tecnológicos

Fuente: los autores

7.3. Modelo de informe de gestión recomendado

El modelo de informe de Global Reporting Initiative (GRI) se ha caracterizado, por trabajar en la comunicación y en la ampliación de conocimiento sobre responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas que han decidido implementar este modelo. Ofreciéndoles a estas una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales.

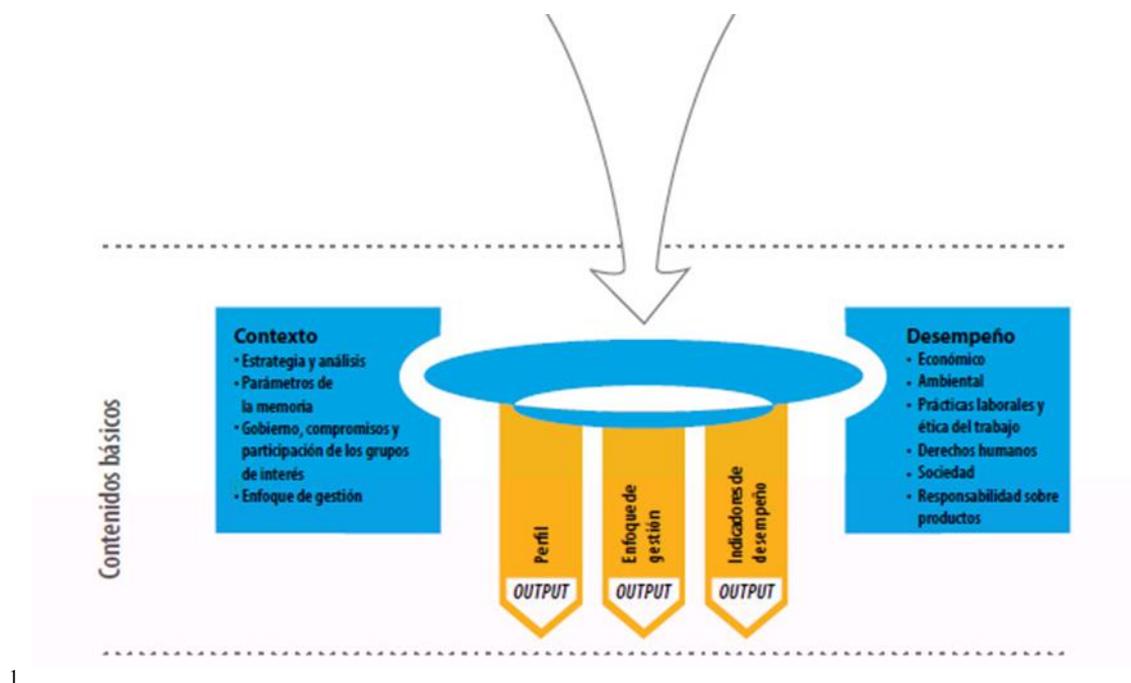
“La elaboración de memorias de sostenibilidad” es un término muy amplio que se considera sinónimo de otros términos también utilizados para describir la información relativa al impacto económico, ambiental y social (por ejemplo, triple cuenta de resultados, informes de responsabilidad corporativa, etc.). Tomado de la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2000-2011 versión 3.1 pág. 5”

Las memorias de sostenibilidad (GIR) están conformadas por tres tipos de información:

- **Perfil:** son los aspectos particulares que define a la empresa, por ejemplo, desempeño y estrategias.
- **Enfoque De La Dirección:** es el proceso de cómo la empresa adquiere la información para mejorar el desempeño de las áreas de la organización.
- **Indicadores de desempeño:** es la verificación de la información sobre el desempeño económico

Figura 4

Ilustración memorias de sostenibilidad



Fuente: los autores

El contenido de cada una de las partes o pilares de la RSC varía según las distintas propuestas, pero atendiendo a los principios que propone el pacto mundial de las naciones unidas (Global Compact) y la guía de elaboración de informes de sostenibilidad RSC De La Global Reporting iniciativa (GRI) Comprende:

- **Aspectos Económicos:** rentabilidad, productividad, I + D +i cuota de mercado, impactos económicos indirectos
- **Derechos Humanos:** Prácticas de inversión y abastecimiento, no discriminación, libertad de asociación, explotación Infantil y trabajos forjados, prácticas de seguridad, derechos de los indígenas.
- **Derechos Laborales:** empleo, relación empresa/ trabajadores, salud y seguridad del trabajo, formación, igualdad de oportunidades.

¹ Nota. Fuente memorias de sostenibilidad tomada de www.expoknews.com

- **Derechos Sociales:** relaciones con la comunidad corrupción política pública, competencia desleal, cumplimiento de normativa.
- **Medio Ambiente:** impacto de/en materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, vertidos. Residuos, productos y servicios, transportes.

Tomado de Fernández García, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: Una nueva cultura empresarial. Alicante: ECU. pág. 26

9. Conclusiones

Durante el proceso de la aplicación de la responsabilidad social en pollos Olímpico S. A se Conceptúo una serie de normas y requisitos, para mejorar las relaciones interpersonales dentro de la organización. y así obtener unos resultados óptimos en el desarrollo de las actividades en las diferentes áreas de la organización.

Pero no solo hablamos de exigir como empresarios, si no también darles la oportunidad a los trabajadores de Pollo Olímpico S. A de crecer dentro de la organización y contribuir en sus carreras profesionales e intelectuales.

Logrando ser una entidad más responsable en el manejo de los procesos productivos, en la administración del personal y los recursos naturales, consiguiendo ser una empresa atractiva para nuestros clientes y proveedores y así Lograr ser el número uno en el mercado.

10. Referencias

Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana.

Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones.

Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo.

Carracedo, A. (2009). Decisiones financieras: influencias subjetivas. Una mirada distinta sobre situaciones que pueden afectar a todos. (pp. 17-31). Editorial Fundación Ross.

Carvalho, J. (2009). Estados financieros: normas para su preparación y presentación (2 a. Edición), capítulo 1. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones.

Código sustantivo del trabajo (2010) pág. 33 títulos IV reglamento del trabajo y mantenimiento y orden en el establecimiento, capítulo 1, reglamento

Córdoba, M. (2014). Análisis financiero, unidad 3. Ecoe Ediciones.

Córdoba, M. (2014). Análisis financiero. (pp. 90-94). Bogotá, Ecoe Ediciones.

Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2 a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE.

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa.

Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92.

Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92.

De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). Empresa Y Humanismo, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118.

De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46).

Duque, J. (2015). Corrupción, organizaciones criminales y accountability: la apropiación de las regalías petroleras en los Llanos. (pp. 28-40). Editorial Universidad del Valle.

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 48-50).

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 193-228).

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 247-252).

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárata-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. Díkaion, 22(2)

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2).

Guía Práctica para la Construcción de los Códigos de Conducta-
<http://sistemas.cgever.gob.mx/2013/boletines/Boletin%20009.pdf>

Guía de elaboración de contrato de confidencialidad
<https://www.rocketlawyer.com/es/es/sem/acuerdo-de-confidencialidad>

Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2000-2011 versión 3.1 pág. 5
<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82).

Importancia de la tecnología en la comunicación;
<https://es.scribd.com/doc/48847056/Importancia-de-la-tecnologia-y-la-comunicacion-en-el-mundo-actual-ensayo000>

Lombana, J, G. S & otros. *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias* (2 a. edición). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte.

Merkeactiva el blog de mercadotecnia <http://www.merkactiva.com/blog/la-importancia-la-comunicacion-integrada-de-marketing/>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Pág. 17-23, 30-31.

Palomares, J. & Peset, M. (2015). *Estados financieros: interpretación y análisis*. (pp. 23-43). Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.

Pollo Olímpico s.a. Recuperado de. <http://www.polloolympico.com/web/nosotros/>

Sea 3M- MANUAL Global de código de conducta, 2017

<http://multimedia.3m.com/mws/media/913653O/handbook-es-pdf.pdf>

Solano, L. (2008). Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa.

Web conferencia del diplomado. <https://goo.gl/YemWA4>

11. Anexos

Marketing Social y Marketing corporativo

<https://www.youtube.com/watch?v=wPkGwuyhNBo>