



2013

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Frisby

2013

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD

ELABORADO POR:
Frisby S.A.
www.frisby.com.co

DEPARTAMENTO DE SOSTENIBILIDAD:
Daniel Guevara González
Paula Andrea Quintana León

COMITÉ DE APOYO:
Orlando Galeano Castaño
Leonardo Luján Acevedo
Luisa Fernanda Mendez fajuri

REDACCIÓN Y ESTILO:
Laura bernal Uribe

JEFE DE PUBLICIDAD:
William Mauricio Espinosa Pugliese

DISEÑO GRÁFICO:
Marcela Hernández Beltrán

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS:
www.frisby.com.co/sostenibilidad/contacto

IMPRESO POR:
Publprint Ltda



Frisby

Índice

- 06.** Carta Socios
- 07.** Carta Gerente General
- 08.** Filosofía Frisby
- 10.** Alcance
- 11.** Asuntos Relevantes
- 12.** Relacionamiento
- 14.** Nuestra Historia
- 16.** Cadena de Valor
- 18.** Donde Estamos
- 24.** Nuestras Franquicias
- 25.** Nuestros Colaboradores
- 26.** Distribución por Género
- 27.** Información Financiera
- 28.** Sostenibilidad
- 31.** Nuestros Pilares
- 32.** Alimentamos con amor
- 38.** Gente con alas que hace la diferencia
- 44.** Comprometidos con el planeta
- 50.** De la mano con nuestros aliados
- 52.** Queremos darte la mejor experiencia
- 60.** Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes
- 67.** Tabla GRI

Carta Socios



En nuestra calidad de socios fundadores de la empresa Frisby S.A., estamos comprometidos con el cumplimiento de la misión de “Alimentar corazones compartiendo aprendizajes en gestión educativa y desarrollo social”.

Estamos muy orgullosos y satisfechos con la solidaridad y compromiso de cada uno de los colaboradores de Frisby, gracias a ellos hemos logrado resultados exitosos en la operación y en el cumplimiento del propósito de la Fundación Frisby.

Agradecemos a nuestra familia, aliados estratégicos, franquiciados, proveedores, clientes, colaboradores y todas las personas que han contribuido para construir juntos esta empresa que genera empleo de calidad y le da a sus clientes la mejor experiencia en nuestros restaurantes.

Este año priorizamos los programas internos que benefician a los grupos de interés de la empresa con base en las necesidades identificadas.

Consideramos que la calidad de la educación determina el desarrollo y la innovación del país. En convenio con empresarios por la educación y empresas privadas, participamos en programas educativos para fortalecer en nuestra región el liderazgo de quienes dirigen las instituciones educativas y a los maestros que realizan su labor pedagógica a nivel público y privado.

Nuestra meta es difundir nuestros programas de formación para que otros empresarios hagan parte de la transformación que nuestro sistema educativo requiere. **TODOS POR LA EDUCACIÓN.**

Muchas gracias a cada uno de los actores por su contribución.

Abrazos dulces,

Alfredo Hoyos Mazuera
Liliana Restrepo Arenas

Carta Gerente General



Con la firme convicción y el conocimiento de la importancia de cada uno de nuestros grupos de interés para el desarrollo de la compañía, compartimos con gran satisfacción nuestro segundo informe de sostenibilidad, ratificando el compromiso de convertirnos en una compañía líder en sostenibilidad empresarial.

Aquí damos a conocer nuestro avance, evidenciando los logros y metas trazadas durante el 2013, devolviéndole a la comunidad y al entorno todo lo bueno que hemos recibido de ellos.

En el año 2013 tuvimos un crecimiento económico importante, con este logramos acercarnos cada vez más a nuestros clientes, llegando a lugares que antes no se tenían contemplados. Abrimos 17 puntos nuevos, generando 2.650 empleos a nivel nacional y responsabilizándonos del desarrollo sostenible de la región buscando proveedores y materias primas locales que cumplan con todos nuestros estándares de calidad.

Hemos mantenido una gestión social constante donde continuamos esforzándonos en fortalecer los programas educativos mediante nuestro modelo pedagógico Biocéntrico en el Instituto Tecnológico Dosquebradas, colegio operado por nuestra Fundación y que actualmente incentiva los sueños de 480 niños y jóvenes. Así mismo nos permitimos desarrollar un proyecto de seguridad alimentaria aportando herramientas básicas para lograr una mejor alimentación variada, sana y de calidad para las familias. Por esto, en alianza con ANSPE, se acompañaron 3.000 familias en pobreza extrema del Eje Cafetero, poniéndonos como meta incursionarlo a nivel nacional.

Nuestra gestión ambiental se sigue enfocando en la búsqueda de fibras alternativas sostenibles para los empaques, las cuales disminuyen el impacto que se genera sobre los recursos no renovables. Es nuestra intención generar impacto en cada espacio donde actuamos, es por eso que no solo desde la empresa creamos conciencia, hacemos esto extensivo a todos los colaboradores para que sean líderes de cambio en sus hogares y espacios donde se desenvuelven.

Concientes de que la innovación es parte de nuestro negocio, cada año sorprendemos a los consumidores con un producto novedoso, el 2013 trajo consigo el Frispecial, inicialmente era temporal pero nuestros grandes aliados solicitaron que fuera permanente.

Es por todo lo que ilustramos en este informe como queremos ser agentes de cambio, mostrándonos como una empresa transparente y efectiva en la relación que manejamos en el día a día con nuestros grupos de interés. Queremos ser el mejor aporte mediante la generación de empleo digno y estable, mejorando la calidad de vida de las personas.

Filosofía Frisby



Visión

Ser la marca más provocativa que deleita a la gente, alimentándola con sabor, servicio y calidad, haciendo la diferencia, realizando nuestro trabajo con amor y pasión, construyendo un presente mejor.

Misión

Somos la cadena de Restaurante especializada en pollo, que provoca y deleita a la gente alimentándola con amor, sabor, servicio y calidad.

Valores



Transparencia

Somos congruentes entre lo que decimos y hacemos.



Respeto

Cumplimos la oferta de valor y/o servicio prometida al cliente



Respeto

Cumplimos los acuerdos sostenidos con los colaboradores, proveedores, entidades reguladoras y sociedad en general.



Respeto

Propendemos por el cuidado del medio ambiente.

Acuerdo Estratégico

Sabor único que brinda alimentación:

Fresca

Nutritiva

Alegre para toda la familia



Alcance

Presentamos nuestro segundo informe de sostenibilidad anual, el cual hemos centrado en la operación de Restaurantes a nivel nacional, detallando los aspectos más relevantes de la cadena de valor enfocada en el pollo como producto principal de la compañía.

Mediante nuestra esencia que es “Alimentar con Amor”, buscamos evidenciar el compromiso que se ha establecido con cada uno de los grupos de interés de la compañía, resaltando los aspectos ambientales, económicos y sociales.

Esta versión es una ruta de la metodología GRI –G3.1, que también aplica como Comunicación de Progreso ante las Naciones Unidas, demostrando nuestra adhesión y compromiso con el Pacto Global y el aporte al cumplimiento de los Objetivos del Milenio.

Queremos acercarnos a nuestros clientes, colaboradores, proveedores, comunidad e inversionistas, haciéndolos partícipes de nuestra compañía y posicionándolos como aliados estratégicos para alcanzar el bienestar social, equilibrio económico y cuidado ambiental del territorio nacional donde operamos activamente buscando cooperar a la sostenibilidad del planeta.



Asuntos Relevantes

Nuestros pilares de sostenibilidad han sido fundamentados en temas de alta importancia a nivel interno y externo de la empresa. Entre ellas la Misión, Visión, Valores, Acuerdo Estratégico, empresas de alimentos a nivel nacional e internacional y aquellas instancias de involucramiento propias de la compañía.

Estos Pilares son:

- Nutrición y bienestar.
- Cultura organizacional.
- Gobierno Corporativo.
- Cadena de suministro y Calidad de materias primas.
- Cuidado del medio ambiente.
- Vinculación social.



Relacionamiento



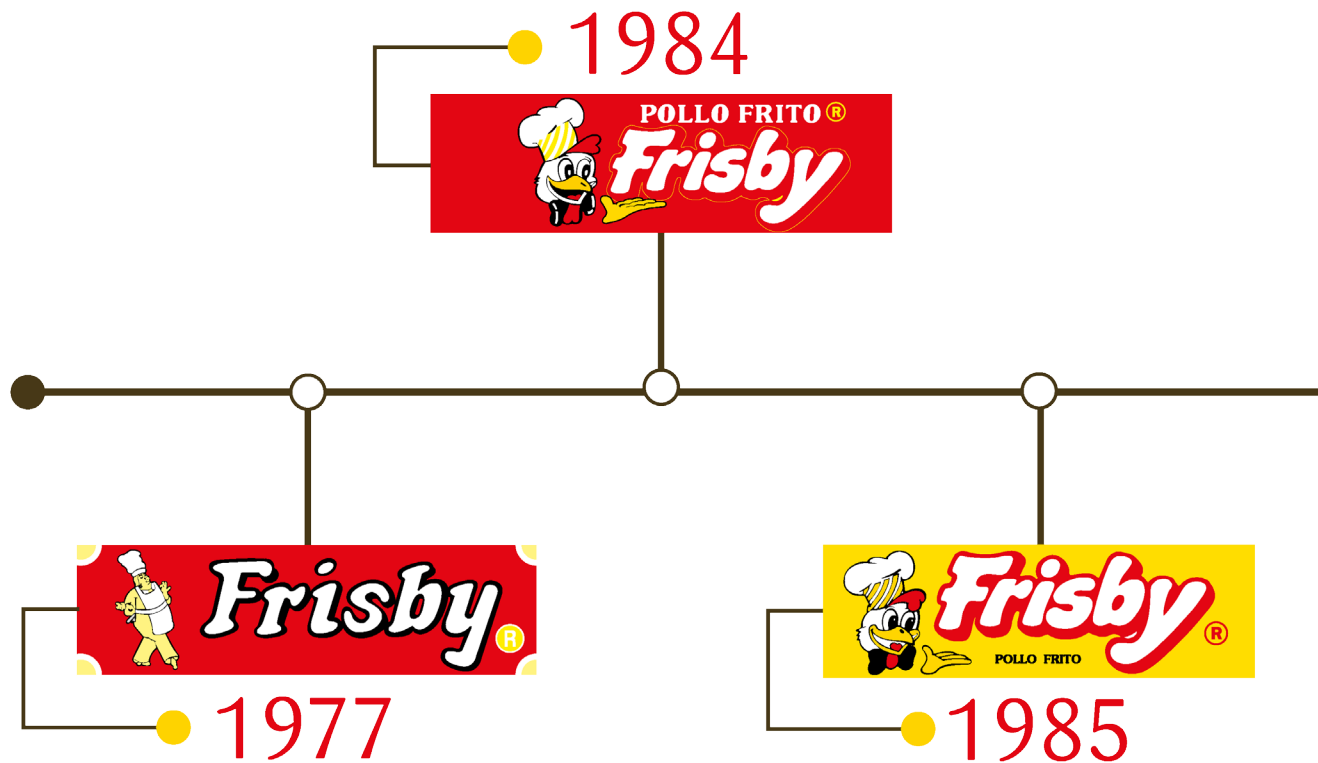


www.frisby.com.co

 [fb.com/frisbyfans](https://www.facebook.com/frisbyfans)

 [@frisbylohace](https://twitter.com/frisbylohace)

Nuestra Historia



en 1977, la familia Hoyos Restrepo funda la primera cadena de pollo apanado del país, un novedoso y delicioso producto para el mercado colombiano.

El ingrediente secreto ha sido el amor y sus esfuerzos se han enfocado en las mejores prácticas de higiene y a mantener estándares de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos.

Nuestro servicio y la calidez de los colaboradores se han encargado de prestarle al cliente el mejor servicio.

● 1999



● 2013



Desde el 2010, incursionamos dos franquicias internacionales en el mercado del país:

Cinnabon, los rollos de canela más famosos del mundo y Sarku Japan, el pollo teriyaki más famosos del mundo.

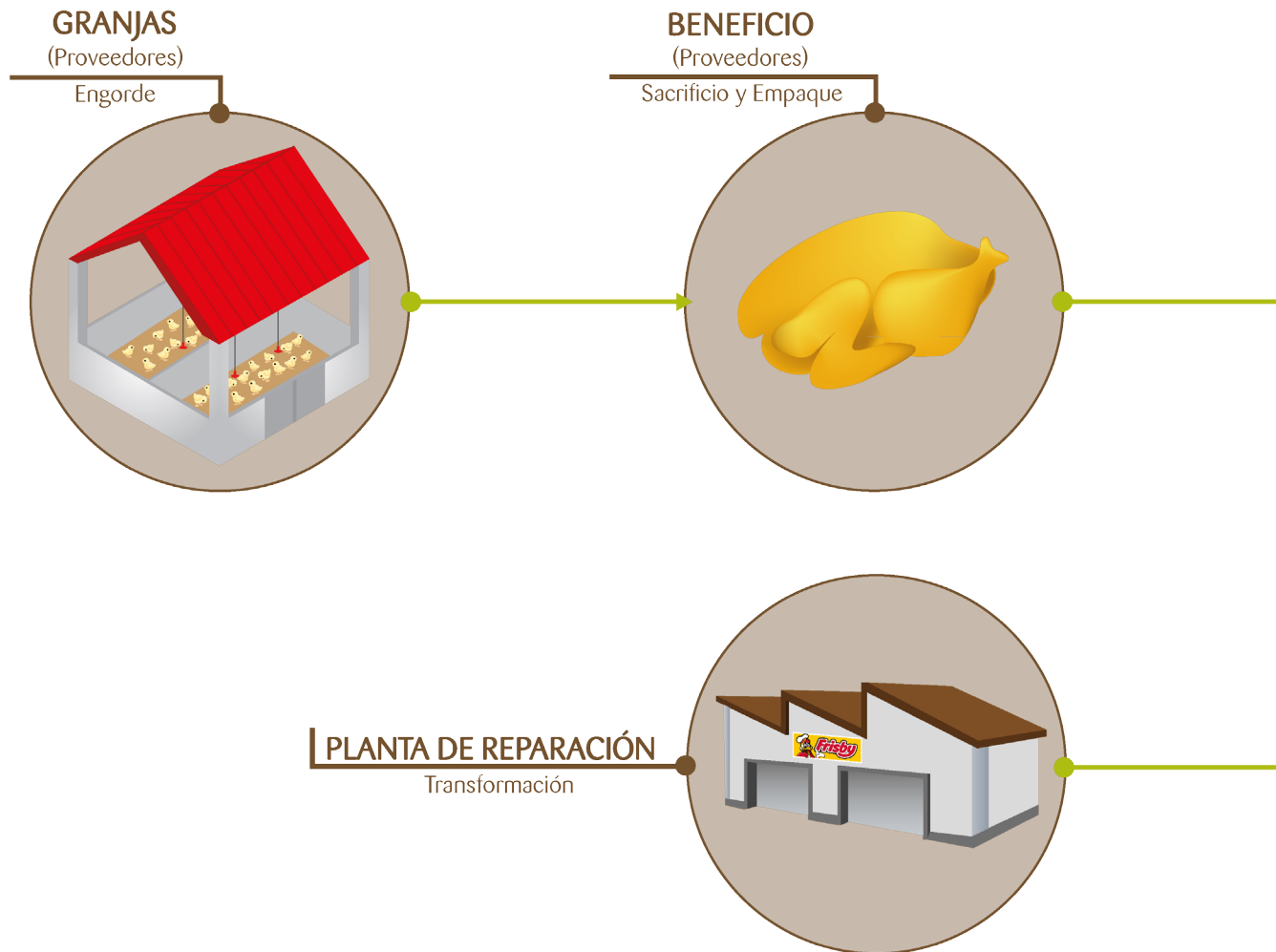


www.frisby.com.co

 fb.com/frisbyfans

 @frisbylohace

Cadena de Valor



DISTRIBUCIÓN

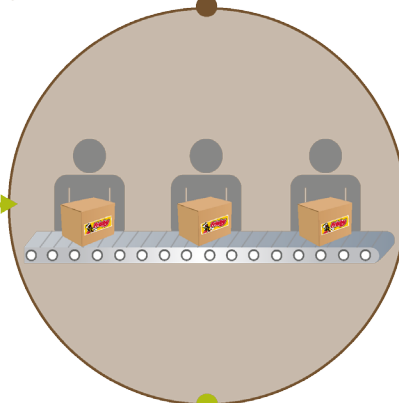
(Proveedor)

Transporte y Entrega



OPERACIÓN LOGÍSTICA

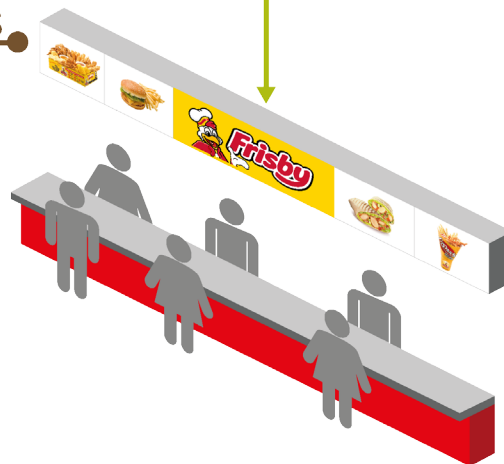
Centro de acopio a restaurantes



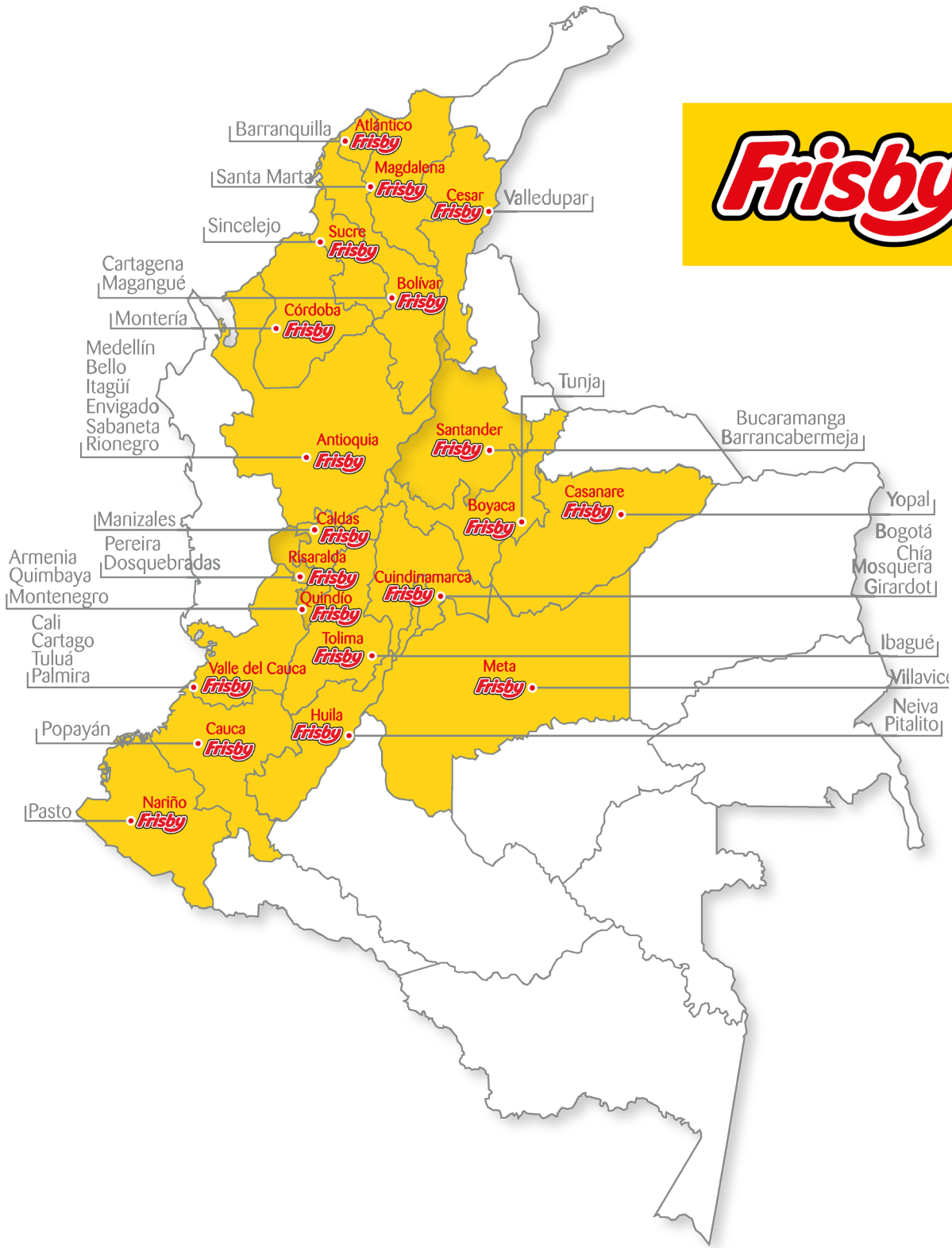
DISTRIBUCIÓN



OPERACIÓN EN RESTAURANTES



Donde Estamos



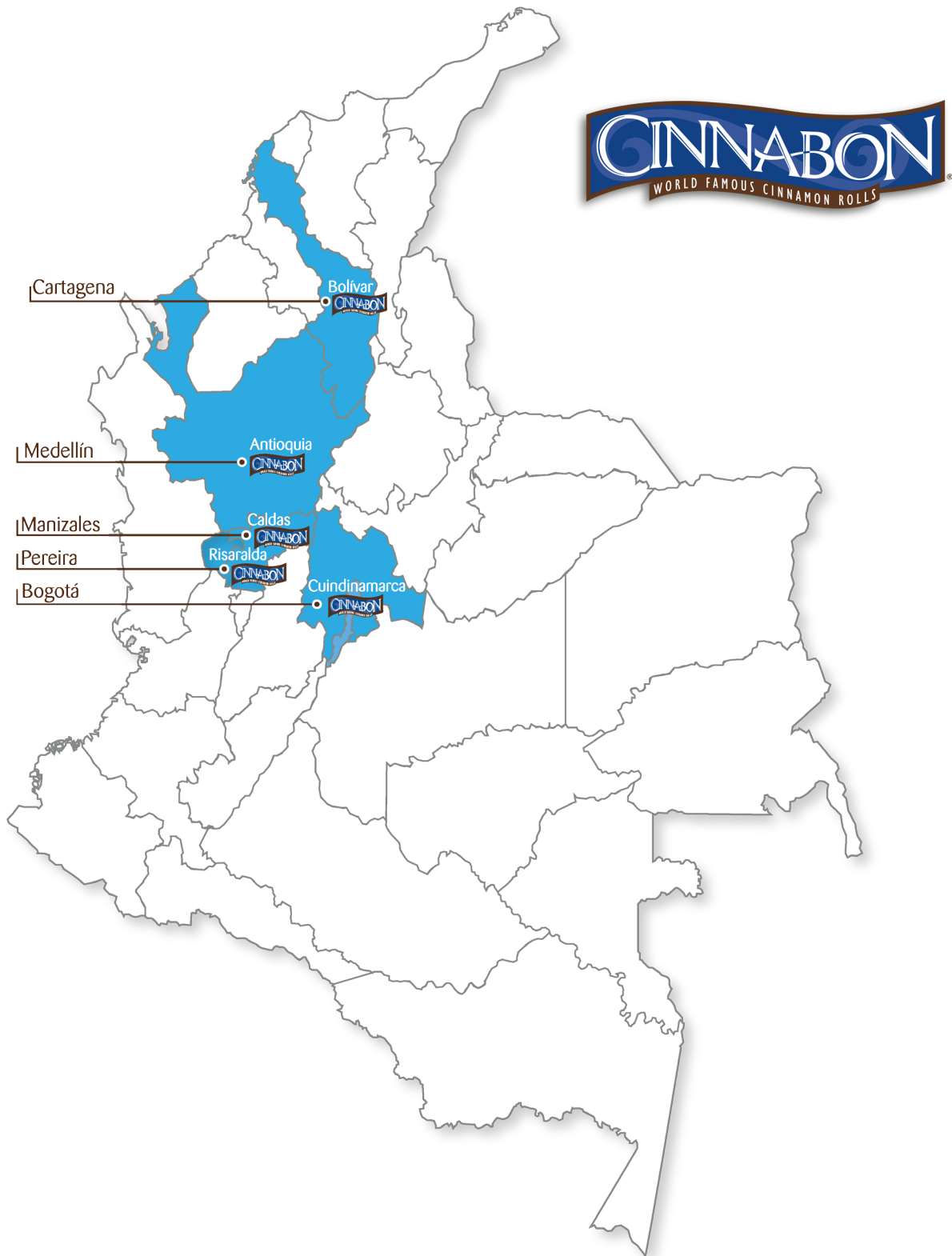
Unidades de Negocio

174 Frisby

6	Armenia	1	Neiva
2	Barrancabermeja	2	Palmira
8	Barranquilla	1	Pasto
3	Bello	1	Pitalito
4	Bucaramanga	13	Pereira
39	Bogotá	2	Popayán
16	Cali	1	Quimbaya
9	Cartagena	1	Rionegro
1	Cartago	3	Sabaneta
1	Chía	2	Santa Marta
3	Dosquebradas	1	Sincelejo
3	Envigado	1	Tuluá
1	Girardot	1	Tunja
4	Ibagué	1	Valledupar
3	Itagüí	1	Villavicencio
1	Magangué	1	Yopal
4	Manizales		
29	Medellín		
2	Montenegro		
3	Montería		
1	Mosquera		



Donde Estamos



Unidades de Negocio

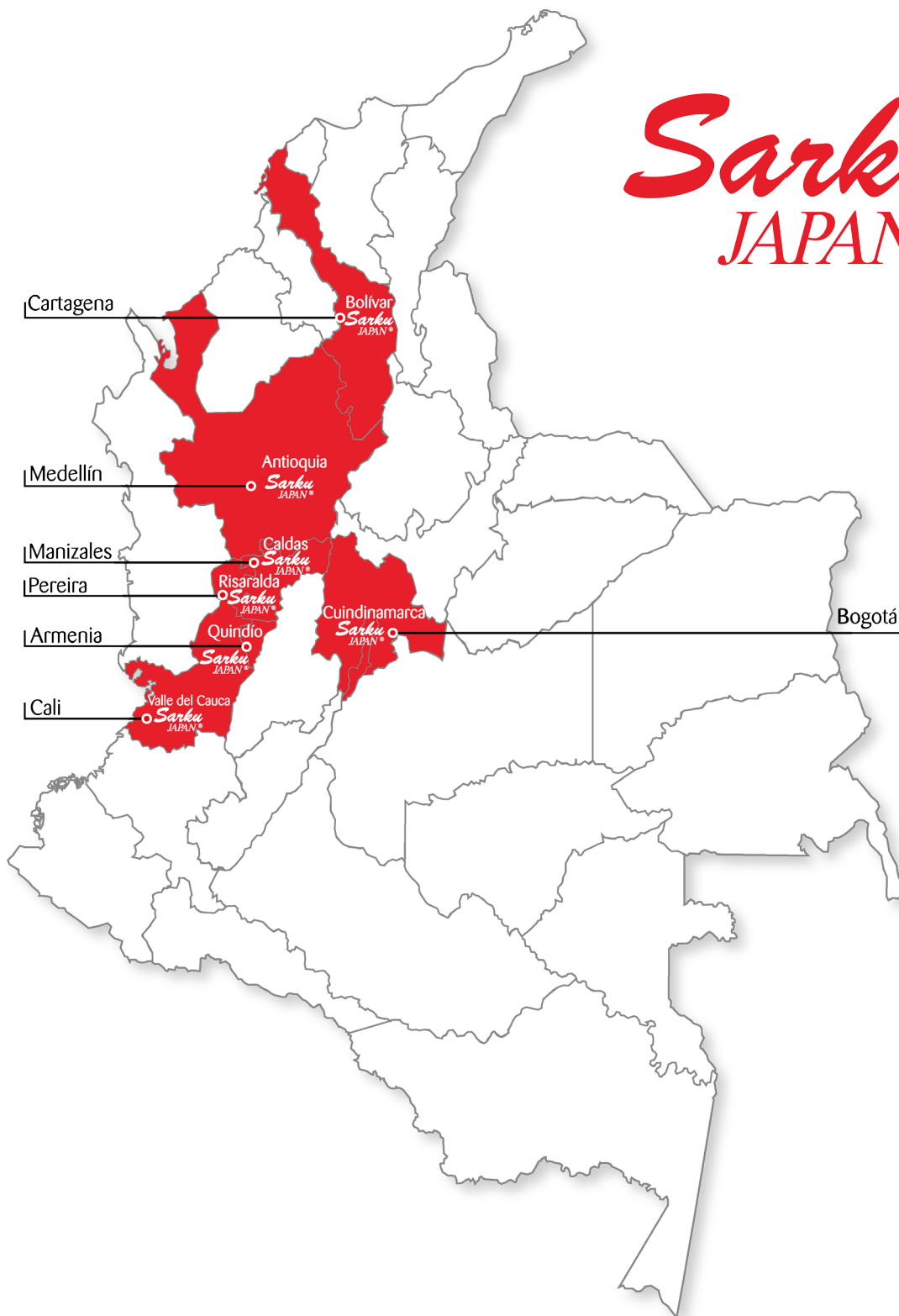
13 Cinnabon

- 4 Bogotá
- 1 Cartagena
- 1 Manizales
- 6 medellín
- 1 Pereira



Donde Estamos

Sarku
JAPAN®



Unidades de Negocio

14 Sarku JAPAN

- 1 Armenia
- 2 Cali
- 1 Cartagena
- 1 Bogotá
- 1 Manizales
- 6 Medellín
- 2 Pereira



Nuestras Franquicias

Contamos con franquiciados de la marca Frisby a nivel nacional, hacen parte integral de la compañía y nos acompañan en el fortalecimiento y proyección de la misma.

Estas son:



Juan Diego López Hoyos, Alejandro Hoyos Bojanini, Juan Alejandro Duque Salazar, Thibaut Toulemonde de Montozon, Alvaro Hoyos Restrepo, Jaime Eduardo Ramos Salazar, Felipe Jaramillo Mejía, Samuel Eduardo Salazar.

ATISCO S.A.S.

Juan Diego López Hoyos

CONSOLIDADO SUEÑOS S.A.S.

Clarena Alejandra Pelaez Gómez
Alvaro Hoyos Restrepo

FRANCORP S.A.S

Carolina Hoyos Bojanini
Felipe Jaramillo Mejía

DUSAL S.A.S.

Carolina Duque Salazar
Juan Alejandro Duque Salazar
Maria Luz Duque Salazar

FRANSARA S.A.S.

Jaime Eduardo Ramos Salazar
Samuel Eduardo Salazar

REXICO S.A.S.

Carmiña Gaviria Garcia
Alejandro Hoyos Bojanini

TULESA S.A.S.

Thibaut Toulemond de Montozon

Nuestros Colaboradores

Cargo



Administrativos

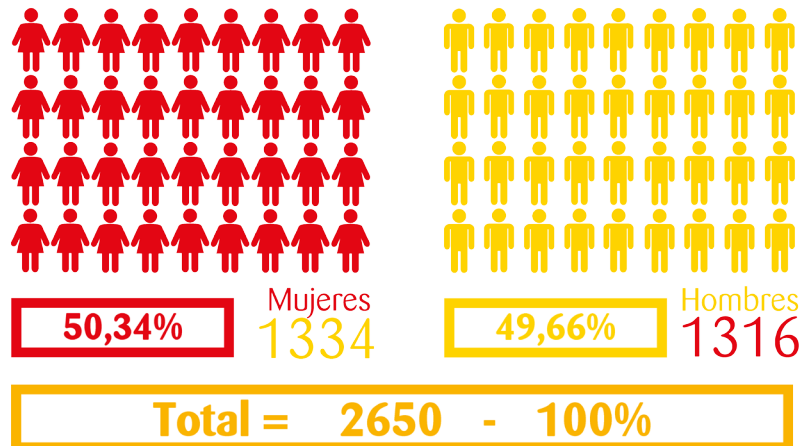


Restaurantes

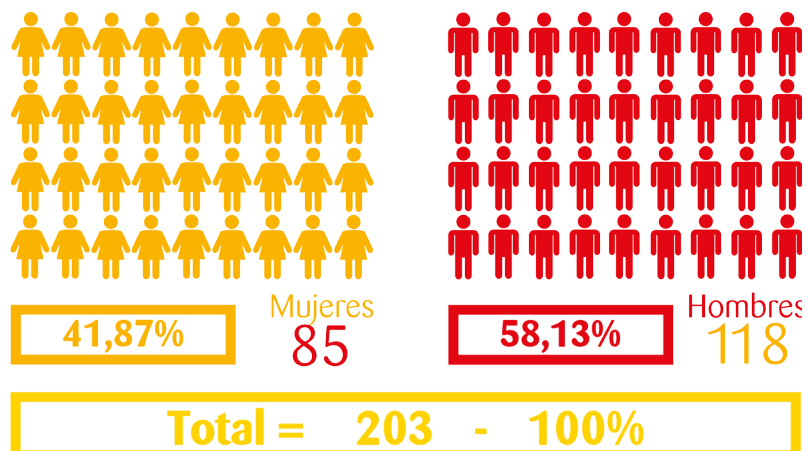


Distribución por Género

General Compañía



Administrativos



Información Financiera



Incremento con respecto al 2012

Ventas 15,23%

Transacciones 12,53%



Variación Aporte a la Comunidad

2012 60%

2013 40%

2012

Sociedad/Comunidad Empleados

Educación formal	80,000%	
Capacitaciones y formación		39,932%
Salud/nutrición		5,231%
Vivienda		1,106%
Medio Ambiente		1,999%
Cultura/Recreación		15,714%
Participación utilidades		36,019%
Otros soportes sociales	20%	
Total =	100%	100%

2013

Sociedad/Comunidad Empleados

Educación formal	82,000%	
Capacitaciones y formación		18,147%
Salud/nutrición		3,490%
Vivienda		0,031%
Medio Ambiente		2,407%
Cultura/Recreación		18,686%
Participación utilidades		30,613%
Otros soportes sociales	16%	26,626%
Total =	100%	100%

Sostenibilidad

Política de sostenibilidad

Somos una compañía que ofrece un sabor único alimentando con amor a toda la familia; que hace la diferencia compartiendo aprendizajes con la comunidad y sus colaboradores; que fortalece integralmente su cadena de valor siendo aliada de sus proveedores y protege el planeta para un presente y futuro mejor.



1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.

2. Lograr la enseñanza primaria universal.

3. Promover la igualdad entre sexos y la autonomía de la mujer.

7. Garantizar la Sostenibilidad del medio ambiente.



Como empresa estamos adheridos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, comprometidos con los 10 principios planteados que se han enfocado en los derechos humanos, Derechos laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Pilares de sostenibilidad Frisby:

Nuestros pilares de sostenibilidad los hemos desarrollado directamente con asuntos materiales de la compañía, que a su vez, hacen parte de la filosofía Frisby como rectora de las acciones y que evidencian el compromiso con todos los actores de la cadena de valor:



Queremos darte lo mejor experiencia

Nos interesa brindar productos y servicios de calidad, basados en el amor y pensando en la nutrición y bienestar de nuestros clientes.



Alimentamos con amor

Filosofía implementada por los Socios Fundadores y trasciende a todos los niveles de la Compañía. Es el Gobierno Corporativo.

Sostenibilidad



Gente con alas que hace la diferencia

Pilar fundamental asociado al factor humano de la organización, revela el interés de la compañía de mantener una Cultura Organizacional integral y sólida, donde los colaboradores se sientan parte activa de su construcción.



De la mano con nuestros aliados

Estamos comprometidos con la excelencia de nuestros productos, calidad ligada a las materias primas, por lo tanto nos esforzamos en fortalecer constantemente las buenas relaciones con nuestros proveedores generando alianzas a largo plazo.



Comprometidos con el planeta

Somos conscientes de la necesidad de aportar continuamente al entorno natural, por esto trabajamos para acercarnos al equilibrio ambiental disminuyendo los impactos.



Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes

Desde el inicio, los socios fundadores han mantenido su compromiso con la comunidad, devolviéndole en educación y formación integral del ser humano que han recibido de ella.

Nuestros Pilares



Alimentamos con amor



Alimentamos con amor Gobierno Corporativo

ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO E INSTANCIAS
DE SEGUIMIENTO A LA GESTIÓN

Asamblea General



Reunión anual conformada por los miembros de la familia Hoyos Restrepo. Es la máxima instancia de la compañía.

Alfredo Emilio Hoyos Mazuera
Presidente y Socio Fundador

Liliana Isabel Restrepo Arenas
Presidenta Fundación Frisby y Socia Fundadora

Álvaro Hoyos Restrepo
Alejandro Hoyos Bojanini
Carolina Hoyos Bojanini
Catalina Hoyos Restrepo
Hijos y Socios

Junta Directiva



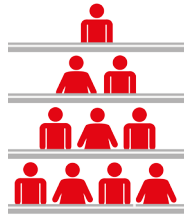
Reunión mensual conformada por los miembros de la asamblea general, nuestro comité de gerencia y 3 asesores externos.

Integrantes Asamblea General

Junta de Gerentes

Jaime Aristizábal Arango
Juan Guillermo Múnera Díaz
Luis Fernando Castro Vergara
Asesores Externos

Comité de Gerencia



Reunión mensual donde se definen los lineamientos y estrategias encaminadas al buen desarrollo de la organización. Está conformada por los Gerentes y Directores.

Francisco Guzmán Cardona
Gerente General

Claudia Muriel Rojas
Gerente Nacional de Restaurantes

Luis Fernando Jaramillo Bedoya
Gerente Financiero

Flor Elvira Ortiz Garzón
Gerente de Gestión Humana

Nohora García Páez
Gerente de Relacionamento

Héctor Jaime Marín Ospina
Gerente Técnico

Isabel Cristina Gómez Londoño
Director Regional Occidente

David Junca Rueda
Director Regional Centro

Byron López Estrada
Director Regional Antioquia

Orlando Preciado Valencia
Director Regional Costa

Ana Inés Toro Cardona
Dirección Jurídica y Asuntos Legales

Wilson Muriel Guerrero
Auditor de Control Interno

Martha Libia Cortés Sánchez
Directora de Calidad

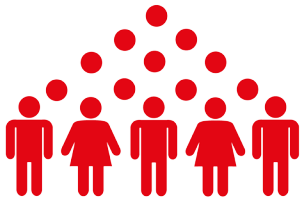
Diego Botero Duque
Director de Sistemas

Luz Dolfenia Ospina Bedoya
Directora de Logística



Alimentamos con amor

Grupos Primarios



Espacios mensuales de participación y trabajo en equipo donde se fortalecen los lazos de comunicación y coordinación en función del óptimo cumplimiento de los objetivos de la compañía. Contienen intervención lúdica y formativa, con la aplicación de módulos de interés empresarial y desarrollo personal y grupal.

Gira de Gerencia



Espacio semestral informativo proveniente de Gerencia para los colaboradores a nivel nacional.

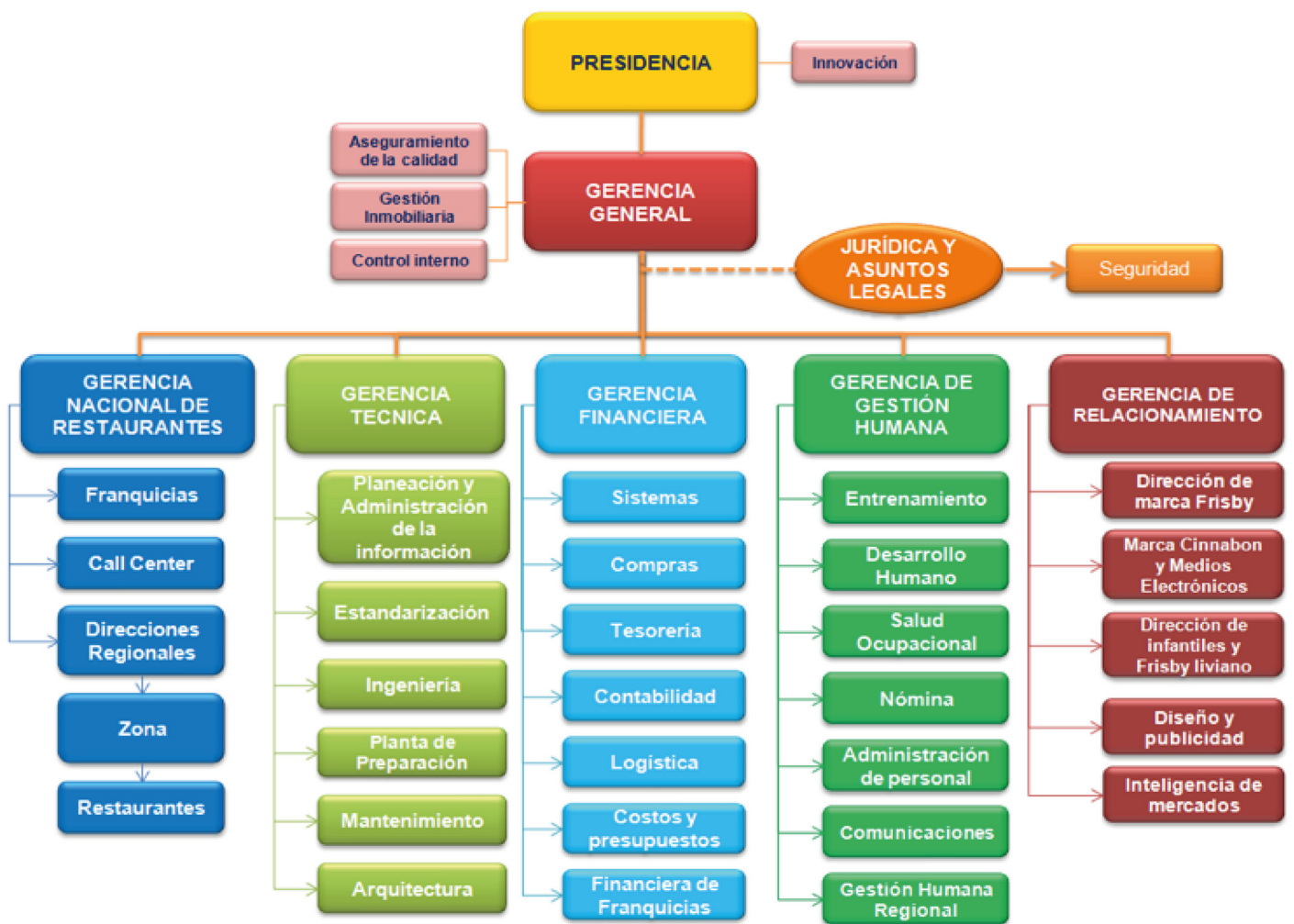
Momentos para acercar y compartir, reforzar lazos entre Gerencia y Colaboradores de Restaurantes de las diferentes regionales.

Seguimiento Gestión Administrativa

La gestión de la empresa se evalúa constantemente mediante diferentes informes:

1. Seguimiento diario del comportamiento de ventas.
2. Revisión semanal del crecimiento de ventas y transacciones con respecto al año anterior.
3. Revisión mensual por parte de cada gerente del progreso de su área basado en informes de mano de obra, costo de alimento y rentabilidad de operación.
4. Reporte financiero mensual presentado por los Gerentes a la junta de socios, informe que evidencia el comportamiento de cada unidad de negocio y toman decisiones con respecto al negocio.

Organigrama



Alimentamos con amor

Auditoría Interna y Externa

La Gestión de Control Interno cumple nuestro valor de transparencia ya que busca la disminución de los casos de pérdida de dinero por negligencia o hurto. Nuestro objetivo para el próximo año es definir las estadísticas con respecto al número de casos y las cifras en dinero recuperadas, ya que los colaboradores tienen mayor conciencia de los ingresos, desembolsos y movimiento de bienes transables que están siendo controlados y que evidencian una mejora en el cumplimiento de los procedimientos administrativos.

Para destacar:

Fortalecimiento del control virtual versus la auditoría de campo tradicional

Mediante el desarrollo de un programa de indagaciones en línea se revisan aspectos de la operación de manera inmediata.

Se está terminando de implementar el POS y el mecanismo de cierre diario para tener información precisa y en línea mejorando todos los sistemas de control.

Reducción del fraude vía indagación a la anulación de facturas

Se presentó una reducción del 33% en la anulación de facturas con respecto al año 2012, teniendo en cuenta que tuvimos un plan de aperturas de Restaurantes.

Custodia de Activos

Durante el primer semestre del 2013 se actualizó la cantidad y el estado de los activos, implementando una dinámica de control a ingresos y movimientos, asegurando así su registro en el inventario y reducción de riesgos de pérdida.

Reducción del gasto

La implementación de un control minucioso, la mejora en la información y la indagación constante lograron una disminución del 24% en los gastos realizados y pagados por los Restaurantes durante el año 2013.

Aseguramiento de pagos a terceros

Los proveedores son parte fundamental para la compañía. Pensando en ellos se ha desarrollado un control aleatorio y preventivo de los pagos programados semanalmente para asegurar el pago oportuno de las facturas.



Gente con alas que hace la diferencia



Gente con alas que hace la diferencia Cultura Organizacional y Bienestar Corporativo

PROGRAMAS DE FORMACIÓN PARA MEJORA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Buscando siempre el desarrollo y crecimiento personal de los colaboradores de la organización se facilitan talleres de Desarrollo Humano que forman integralmente al ser humano, mejorando su calidad de vida personal y laboral evidenciando directamente una evolución en la organización.

Durante el año 2013 se formaron 1980 colaboradores del nivel operativo, en un ciclo de cuatro talleres cada uno. A nivel directivo se realizaron 20 talleres durante el año con una asistencia promedio de 35 personas por cada uno.

Biodanza Organizacional



Los colaboradores practican regularmente Biodanza, este es un proceso mediante el cual se potencializa el buen humor, la creatividad y mejora de la comunicación. Además se adquieren vitalidad para la acción y alegría con respecto a la vida y sus dimensiones: física, mental, afectiva, social y espiritual.

Es un proceso vivencial que le permite al colaborador identificar y administrar proactivamente sus agentes estresores y a manejar efectivamente la alta tensión producida por las presiones del mercado, la incertidumbre y el cambio.





Gente con alas que hace la diferencia

Coaching Organizacional

Con el objetivo de lograr alineación en los equipos para el óptimo desarrollo de la cultura organizacional, los directivos y mandos medios de la compañía realizan sesiones de coaching. Estas sesiones van dirigidas a lograr una transformación personal y laboral por medio de modelos de comunicación verbal y corporal. Se trabaja la creatividad, el compromiso, la confianza, la escucha y la observación. Además, se desarrollan talentos y liderazgo que posibilitan nuevos campos de acción y mejora de resultados.

Se formaron **294 líderes** de restaurantes y **20 administrativos** de oficinas con una duración de dos talleres por ciclo.

Programa Herramientas de Facilitación

Programa desarrollado para que nuestros facilitadores hagan uso de herramientas específicas, logrando mayor cercanía con los públicos, unificando criterios, accediendo a mejores resultados y dinamizando y garantizando la asimilación de conceptos claves para el desempeño laboral y humano de nuestra compañía.

Se dictaron dos **(2)** cohortes con **16 horas** de formación para **24 colaboradores**.

Programa de Crianza Positiva

Talleres desarrollados para entregarles a las familias pautas de crianza basadas en el amor y el respeto, reflejando un entorno familiar armónico.

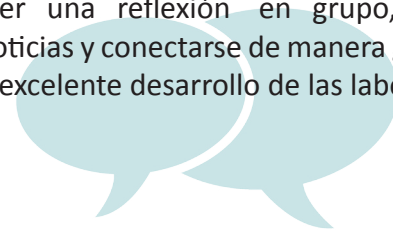
Se propiciaron talleres donde los participantes, desde su experiencia personal y la teoría entregada, crearon y acordaron novedosas maneras de crianza para fortalecer las relaciones entre padres e hijos.

En Agosto y Septiembre del **2013** se acompañaron cuatro **(4)** grupos para un total de **85 colaboradores** de la compañía.

Comunicación Interna con Nuestros Colaboradores

Reunión de los cinco minutos

Todos los días en la pre – apertura del Restaurante, los colaboradores sacan un espacio de **5 minutos** para hacer una reflexión en grupo, compartir buenas noticias y conectarse de manera grupal para lograr un excelente desarrollo de las labores.



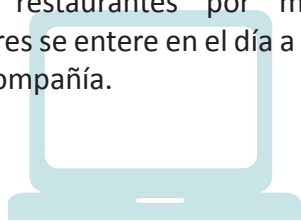
Giras de Gerencia

Cada semestre el Gerente General y su comité de gerencia visitan todas las regionales del país, comunicando temas de relevancia, los logros alcanzados y los retos asumidos para el nuevo período.



Intranet

Herramienta de comunicación rápida y efectiva, utilizada para informar a todos los colaboradores de la compañía. Esta es una herramienta rápida y efectiva para que el personal administrativo y a nivel de restaurantes por medio de los administradores se entere en el día a día de asuntos claves de la compañía.



Bienestar e Igualdad para los colaboradores

Menú Empleados

Los colaboradores reciben un subsidio especial por parte de la compañía para un menú variado de productos Frisby, el cual oscila entre \$1.000 hasta \$4.500.

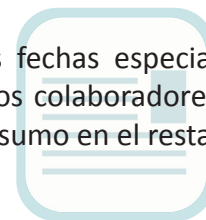


Bonos del Cincuenta por ciento

Todos los meses cada colaborador recibe un bono del 50% de descuento para consumir en un restaurante en compañía de su familia o amigos.

Bonos Regalo

Se celebran las fechas especiales y para ello se invita a todos los colaboradores a disfrutarlos con un bono de consumo en el restaurante.

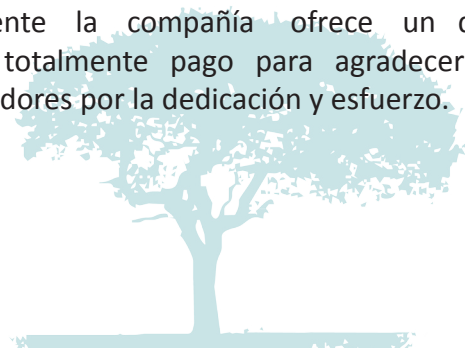


Fiesta de Niños

Cada año se celebra la fiesta de navidad para los hijos de los colaboradores de Frisby, Wingz, Innova Social Media, Fundación Frisby y Sociedad Alfredo Emilio Hoyos. Los invitados oscilan entre los 0 y los 12 años quienes asisten con sus padres a un día de campo pago por la compañía. Además cada uno recibe un regalo acorde a la edad se entregaron 1.800 regalos.

Días del Sol

Anualmente la compañía ofrece un día de campo totalmente pago para agradecer a los colaboradores por la dedicación y esfuerzo.



Gente con alas que hace la diferencia

Salario Mínimo Diferencial

El salario mínimo establecido por la compañía, se encuentra cuatro (4) por ciento por encima del salario mínimo legal vigente.



Frisbyvienda

Pensando en los Colaboradores se desarrolla este programa, donde a través del banco aliado se colabora en la consecución de un crédito de vivienda y se otorga una bonificación para amortizar las primeras cuotas. Se cuenta con tasas de interés preferencial, descuento por nómina para el pago de las cuotas y agilidad en el trámite. Hasta la fecha se han entregado 75 aportes de la mano del Fondo de Empleados.

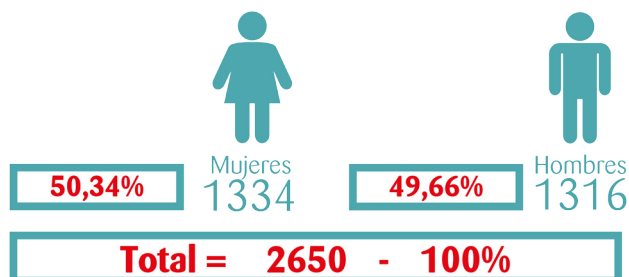


Si a Frisby le va bien a todos nos va bien

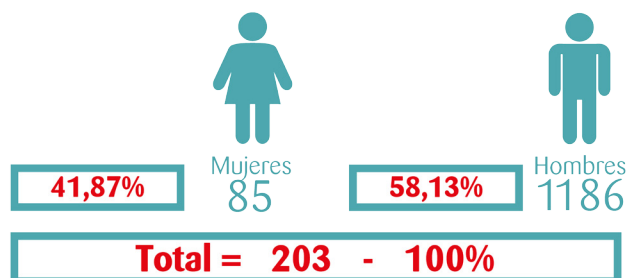
Cada año los socios deciden compartir el rendimiento económico de la compañía con todos los colaboradores a nivel nacional. En los últimos cuatro años se han entregado quince (15) días de salario adicional como reconocimiento al trabajo y cumplimiento de objetivos.

Igualdad de Oportunidad de los Colaboradores

General Compañía



Administrativos



Promoción Interna de empleados

En la compañía se cubren las vacantes principalmente con personal interno que cumpla con el perfil requerido. Debe cumplir con todas las exigencias y presentar proceso de selección con otros candidatos. El índice de promoción se detalla a continuación:

	índice	Población
Directivos	40%	2 de 5
Administrativos	42%	5 de 12
Cajeros y administrativos	34%	

Políticas de Selección y Contratación

El personal que se presenta a los procesos de selección debe habitar en la ciudad donde se presenta la vacante. Únicamente en Chía se consideró no tener colaboradores locales por falta de candidatos, por tal motivo estos residen en Bogotá.

En 37 cabeceras municipales donde se encuentra Frisby, se ha intentado lograr desarrollo sostenible mediante la generación de empleos y búsqueda de proveedores locales, sin embargo, la mayoría de sus inversiones se han enfocado en las ciudades de Pereira y Dosquebradas donde está ubicada la casa matriz, la cual ha favorecido el ingreso per cápita de esta región.

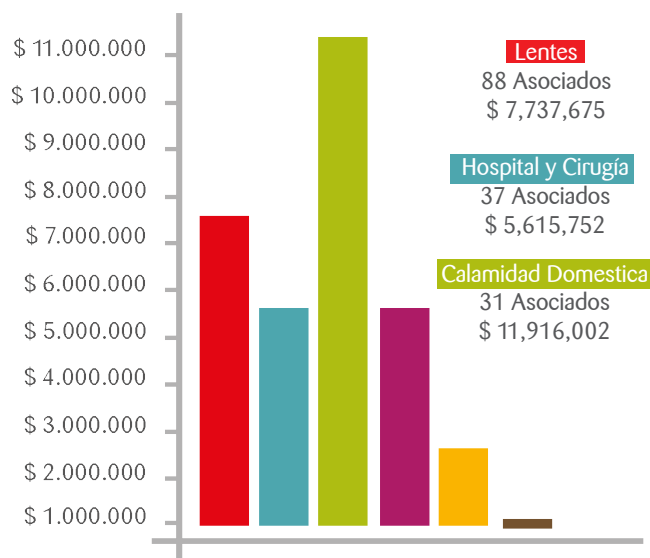


Fondo de Empleados de Frisby

Actualmente la compañía cuenta con un fondo de empleados consolidado para desarrollar una cultura de ahorro y acompañamiento a los colaboradores. En el 2013 la asociación cerró con 1.972 colaboradores, un 18% más que el año anterior.

Año	Asociados
2013	1.972
2012	1.617

Durante el 2013 se aprobaron 5.420 créditos relacionados de la siguiente manera:



Comprometidos con el planeta



Comprometidos con el planeta

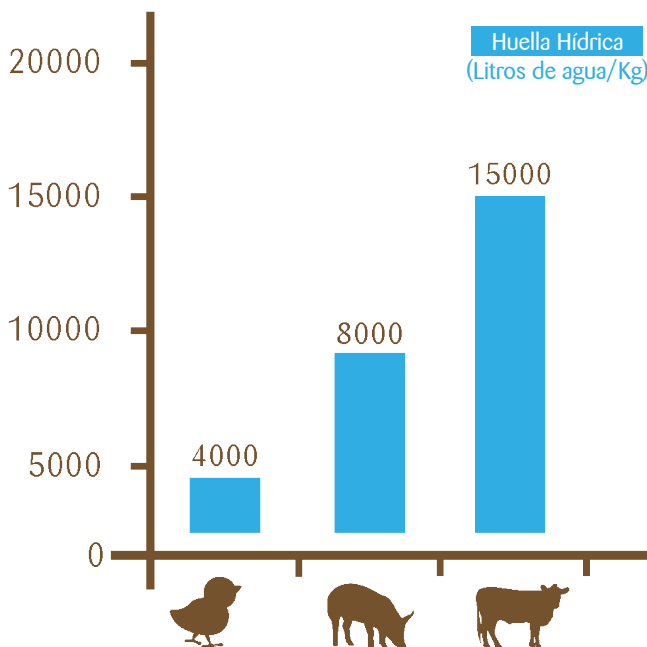
Medio Ambiente

IMPACTO AMBIENTAL

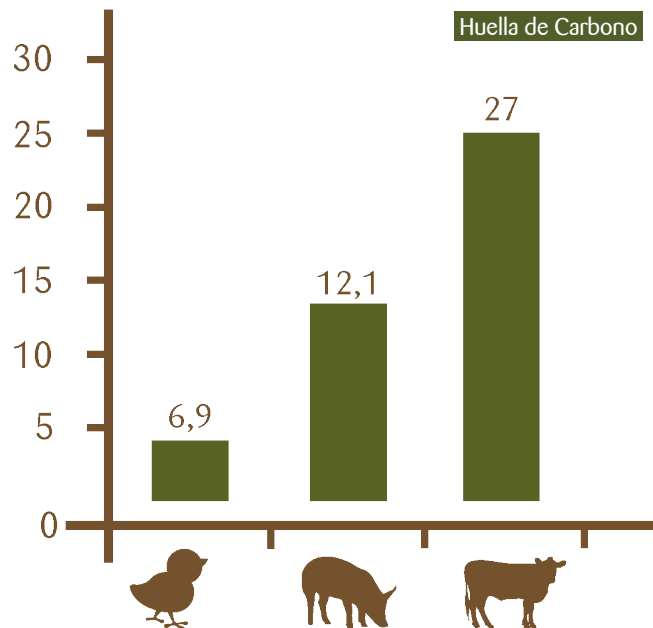
Huella hídrica y huella de Carbono

La carne de pollo, además de ser un alimento rico en proteínas y aportes nutricionales consume menos cantidad de agua por kilo producido y emite menos dióxido de carbono, el principal gas del efecto invernadero.

Huella Hídrica Pollo (Litros de agua/Kg)



Huella Carbono Pollo (Litros de agua/Kg)



La producción de carne de pollo como se observa en las gráficas posee un menor impacto ambiental en relación a los otros dos tipos de carne mencionados. El consumo de carne de pollo disminuye los indicadores de huella hídrica y huella de carbono en un 200% con respecto a la carne de res y en un 73% a la carne de cerdo.

Empaques

Uno de los mayores impactos de Frisby al ser una cadena de comidas rápidas es la generación de residuos sólidos; para esto, se han realizado ejercicios de separación en la fuente para su posterior aprovechamiento y adecuada disposición.

La compañía ha concentrado sus esfuerzos en desarrollar un proyecto de reducción desde el inicio del ciclo. Obteniendo los siguientes logros:

Disminuir la presión al medio usando materiales renovables en los vasos con el de vaso plástico a vaso en cartón poliboard.

Eliminando el proceso químico de blanqueamiento por cloración en las servilletas.

Se diseñaron los empaques con menor calibre y gramaje en un 20%.

Se eliminaron empaques plásticos como bolsas, vasos y platos en un 5%.

Se Cambió la fuente de las materias primas para nuestros empaques.



Empaques Ecológicos

Para reafirmar el compromiso y continuar aportando al medio ambiente con un material que cumpla con los requisitos de sostenibilidad, durante el 2013 se realizó un ejercicio piloto con empaques a base de bagazo de caña.

Actualmente solo el 2% de la fibra utilizada para la producción de papel a nivel mundial proviene de fuentes alternativas, ese porcentaje incluye los cañaduzales que proporcionan la materia prima para la producción de papeles y cartulinas de alta calidad.

El material es proporcionado por Carvajal S.A., 100% material primas nacionales provenientes del proceso industrial de la caña de azúcar. Este material no es sometido a procesos de blanqueamiento y la cartulina acciona como una barrera protectora anti grasa, garantizando un contacto directo y seguro con alimentos conservando el sabor único de nuestros productos.

En la prueba piloto se evaluó la percepción del cliente con respecto a la contribución ambiental de los empaques, el 98% de los encuestados percibieron esta iniciativa como “excelente” y el 1,02% como “buena”.

Por todos los beneficios, se realizará el cambio de material a bagazo de caña para ocho empaques de cartón. Se seleccionaron los más utilizados en los restaurantes para domicilios, servicio a la mesa y para llevar.

Comprometidos con el planeta

Con dicho cambio en Frisby se logrará:

Aprovechamiento de un subproducto Agro Industrial para nuestros empaques es equivalente a 3000 árboles que fueron sembrados durante el 2013 protegiendo 9 km lineales de fuentes hídricas, contribuyendo a la producción de oxígeno suficiente para 300 personas al año.

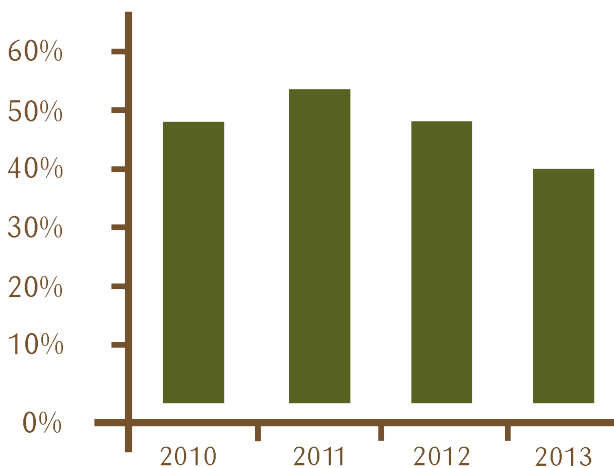
Reducir 8.6 millones m²/año, ya que los empaques de plástico tienen un consumo anual de 5.2 millones de unidades en promedio.

Manejo de Residuos

Aceite Quemado

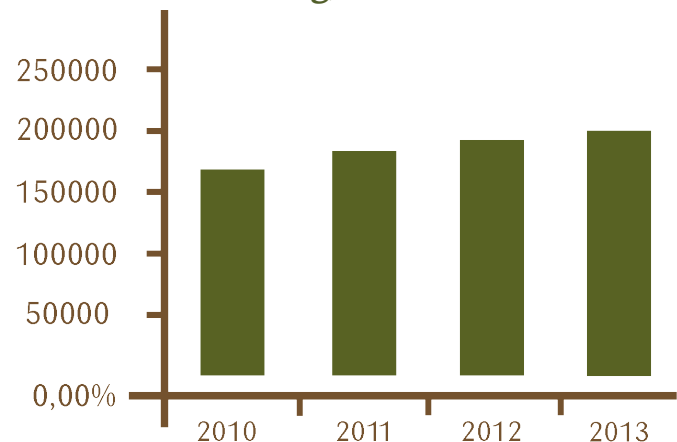
El aceite quemado es el residuo orgánico más significativo de la cadena de restaurantes; se ha requerido de innovación, buenas prácticas operativas y constante capacitación a nuestros colaboradores para hacer posible la optimización del aceite en los procesos.

Generación Residuo de aceite quemado/ Aceite utilizado



En el gráfico podemos observar como desde el año 2011 se viene reduciendo la generación de aceite quemado, desde 51 % en el 2011 al 39% en el 2013. Este es un resultado de nuestras buenas prácticas de cuidado del aceite. Estas, incluyen el control de variables como temperatura y presión en nuestros procesos, el uso de sustancias y tecnología de punta y el compromiso y conciencia de cada uno de nuestros colaboradores.

Aceite Quemado Kg/año



Cada año se mejora el sistema de aprovechamiento del aceite quemado, asegurando con la empresa aliada que se le dé un adecuado uso a este residuo.

Los residuos sólidos de la compañía desde los restaurantes hasta las oficinas y planta son manejados de acuerdo a su origen y composición.

Residuos Líquidos

La elaboración de alimentos en planta y restaurante implica entregar agua residual con presencia de grasas, aceites y residuos sólidos, para disminuir carga cada sitio cuenta con su respectivo tratamiento.

En 14 restaurantes del eje cafetero se implementó la recolección selectiva de residuos de las trampas de grasa. Este residuo se entrega a la empresa Icsa, encargada de realizar la adecuada disposición final mediante un proceso fitoremediación, el cual consiste en un tratamiento de secado de lodos en lagunas especiales. En el 2013 se trataron 37.370 litros de material graso dispuesto como residuo sólido.

En el año 2013 se realizaron algunos ensayos de tratamientos con bacterias aerobias que ayudan a descomponer el residuo graso y sólido generado en las tuberías y trampas de grasa. Como compañía nos hemos trazado dos importantes retos para el próximo año. Como primer reto buscamos implementar el tratamiento de biotecnología para las aguas residuales con el cual esperamos disminuir un 30% de la cantidad de grasas generada en los restaurantes. El segundo es el empezar a valorar la huella hídrica gris de los restaurantes ubicados a pie de calle en el eje cafetero.



Sensibilización

Embelllecimiento de riveras

En alianza con la Corporación Autónoma Regional del Risaralda – Carder - se celebró el día de la tierra mediante un trabajo Socio – ambiental para el embellecimiento de la rivera de la Quebrada Molinos en Dosquebradas. Lo anterior con el objetivo de que las comunidades se apropien de este espacio, lo cuiden y actúen como guardianes para mejorar su entorno. Durante la actividad, 50 personas sembraron árboles y huertas caseras. La Fundación Frisby en reconocimiento al apoyo, les obsequió plántulas traídas de Sierra Morena como lechuga, brócoli, hierbabuena y cilantro. Estas, sembradas en dos macetas empacadas en una caja de pollo fabricada de bagazo de caña.

Fue una gran iniciativa, sin embargo, el proyecto se vio truncado por la falta de cohesión de las instituciones aliadas.



Comprometidos con el planeta

Siembra de árboles

En el transcurso del 2013 se sembraron 1.250 árboles donados por la Carder en la cuenca media del río Otún, exactamente en la zona de protección al recurso hídrico, sobre las quebradas Sierra Morena, Ventura y Oasis. Este ejercicio fue realizado por los colaboradores de Frisby y sus familias y se logró la captura de 125.500 toneladas de CO2.



Día de la tierra

Para conmemorar el día del planeta, el día 23 de abril los hijos de nuestros colaboradores hicieron unos dibujos alusivos al tema.



Foto: Dibujo
"Frisby con Amor ayuda el medio ambiente" de Melissa Capera, 7 años.
Hija colaborador restaurante Cartago (Valle)

Campaña por el cambio climático

De la mano con la Carder desarrollamos campañas de sensibilización y concientización del significado y el impacto que generamos al medio ambiente. Estas se realizan para todos nuestros colaboradores y sus familias para que cada uno haga su aporte para la disminución de su huella ecológica.



De la mano con nuestros aliados



De la mano con nuestros aliados

Aprovisionamiento Responsable

POLITICAS, PRACTICAS Y GASTOS CORRESPONDIENTE A PROVEEDORES LOCALES

En la compañía mantenemos una comunicación constante, directa y clara con los proveedores para conocer las especificaciones de los diferentes productos que se necesitan para la operación de los restaurantes.

Cada año se diseña un cronograma donde se programan las visitas a empresas que proveen a Frisby. En estas visitas se hace un seguimiento de las instalaciones, procesos y cumplimiento de especificaciones con el fin de obtener un indicador de calificación basado en su desempeño.

Escala de Calificación Proveedores

Indicador	Valores
Excelente	>95
Bueno	90 - <95
Alerta	80 - <90
Critico	<80

En todas las regiones donde estamos presentes impactamos. Hacemos una selección de proveedores locales que cumplan con los requisitos establecidos por la compañía, los estándares relacionados con derechos humanos y medio ambiente.

Un ejemplo de acompañamiento de proveedores es la empresa JuanCamole, nuestra proveedora de salsas:



Programa de Desarrollo a Proveedores

En esta oportunidad resaltaremos la actividad emprendedora de la empresa JuanCamole, quienes nos proveen las salsas que acompañan nuestros productos Frisby. Entre ellas se encuentran el guacamole, queso cheddar, pico de gallo, salsa de vegetales, salsa BBQ y hogao para aquellos restaurantes donde servimos desayunos.

En el caso de la Franquicia Sarku suministran la margarina de ajo, el núcleo para el sushi, el chili dulce, la salsa mandariyaki y la salsa agridulce. Para la franquicia Cinnabon suministran el topping de manzana.

JuanCamole ha trabajado de la mano de Frisby en la creación y desarrollo de salsas para nuevos menú o mejorando aquellos que se encuentran en la carta. Está conformada por dos jóvenes de Pereira, ganadores de dos premios Destapa-futuro de Bavaria.

Actualmente compra más de 30 toneladas de productos agrícolas al mes, materias primas obtenidas de productores directos de la región, beneficiando el agro y dando apertura a negocios inclusivos.



Reconocen el aporte significativo que han recibido por parte de Frisby, ya que hemos compartido con ellos asesorías especializadas con expertos internacionales de alimentos, congresos y diferentes capacitaciones que les han permitido crecer y posicionarse. También han sido recomendados a varias empresas que tienen consolidado negocio de comidas.

Queremos darte la mejor experiencia



Queremos darte la mejor experiencia Nutrición y Bienestar

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE PRODUCTO

Nuestro pollo es el producto estrella de nuestra cadena. Por esto, nuestros esfuerzos se han enfocado en ofrecer menús balanceados, digeribles y saludables para brindarles a nuestros clientes productos de excelente calidad.

Manejamos un departamento de investigación y desarrollo que maneja una amplia variedad de recetas y productos de óptima calidad, elaborados con materias primas cuidadosamente seleccionadas y con un detallado análisis nutricional.



Todos los productos e insumos que se utilizan para la elaboración de nuestros platos tienen su respectiva ficha técnica, asegurando la calidad y el sabor del mismo. Además, se cuenta con el apoyo de panelistas expertos que analizan constantemente los productos, las salsas y los adobos.

Buenas Prácticas de Manufactura en Producción de Pollo

Nuestro delicioso pollo es la principal materia prima, para cumplir con los estándares de calidad se realizan diversos seguimientos de tipo externo e interno:

Seguimiento Externo

Se establece un cronograma anual de visitas a los diferentes proveedores que realizan el proceso de beneficio, corte y adobado del pollo que se suministra a los restaurantes a nivel nacional.

Además, se hacen seguimientos constantes para verificar que se cumplan los parámetros establecidos (estudio de vida útil del producto, muestreos aleatorios para verificar pesos de las prensas, verificación sensorial del producto en los restaurantes).

Seguimiento Interno

Nuestro departamento de entrenamiento y capacitación tiene un programa de entrenamiento llamado "Expertos en pollo", el cual mantiene al día

a nuestros colaboradores en los procesos de preparación y apanado del pollo, teniendo en cuenta los diferentes escenarios involucrados tales como:

- Recepción y almacenamiento del producto.
- Toma de temperaturas del producto.
- Buenas Prácticas de Manufactura.
- Procedimiento de apanado del producto.
- Manejo y operación de las máquinas involucradas en el proceso.
- Tiempos de fritura y conservación.
- Manejo de no conformidades.

Buenas Prácticas de Manufactura

El área de calidad mensualmente y de manera aleatoria, se encarga de evaluar los restaurantes, dando cumplimiento a la Resolución 2674 de 2013, las normales legales vigentes y los protocolos internos de los productos.



La evaluación arroja un resultado que hace merecedor al restaurante de un indicador, según la escala obtenida se asigna un adhesivo especial ubicado en un lugar visible para que el personal manipulador de alimentos tenga conocimiento. En caso de ser necesario, se realiza un plan de mejoramiento de las no conformidades encontradas.

Escala de Calificación Restaurantes

	Indicador	Color	Valores%
	Excelente	Verde Oscuro	> 95
	Bueno	Verde claro	90 - <95
	Alerta	Amarillo	80 - <90
	Critico	Rojo	< 80

Salud y Seguridad del Clientes en el Ciclo de Vida de Productos

Para cumplir nuestro compromiso de Brindarle al cliente la mejor experiencia tenemos clara la importancia de su salud y seguridad y para ellos trabajamos día a día mejorando nuestros procesos.

Nuestros productos son procesados y manipulados con los más altos estándares de calidad, lo cual

Queremos darte la mejor experiencia

garantiza la inocuidad en todos los alimentos preparados.

En caso de presentarse algún inconveniente, nuestros clientes deben notificarlo a nuestra línea de servicio al cliente, teniendo la seguridad de que se realizará el respectivo trámite e investigación para dar respuesta oportuna.



Etiquetado de Productos y Servicios

Nuestros productos y procedimientos están correctamente recopilados en nuestros protocolos, lo cual hace que la información siempre se encuentre cerca de los colaboradores para dar un óptimo cumplimiento tanto a los estamentos internos como externos de la compañía.

Aporte Nutricional de Materias Primas

Las materias primas utilizadas por la compañía cuentan con su respectiva tabla nutricional, respaldada por las fichas técnicas del producto que son elaboradas por el área de estandarización.

Características y Aporte Nutricional de Materias Primas Fundamentales

Pollo

Aporte Nutricional (Para 100 gramos de producto)

Calorías	173 Kcal
Proteínas	20 mínimo g/100
Grasas	11 máximo g/100

Harina

Aporte Nutricional (Para 25 Kilogramos de Producto)

Vitamina B1	6 mg/Kg
Vitamina B2	4 mg/ Kg
Niciana	55 mg/Kg
Ácido Fólico	1,5 mg/ Kg
Hierro	44 mg/Kg

Aceite

Aporte Nutricional (Para 14 litros)

Grasa saturada Máximo 15%

Grasa insaturada Máximo 85%

Betacarotenos Máximo 2 mg/14g

Vitamina E 140 mg/14g

Ácidos grasos trans 0

Temperatura ambiente Máximo 30 grados celsius

Fuente. Propia

Características Máquinas de Fritura

Las máquinas para la fritura de pollo pueden ser a gas o eléctricas. Existen máquinas con capacidad para 4 u 8 pollos de capacidad en fritura.



Desarrollo e Innovación de Productos

Última Innovación: Frispecial

El producto está conformado por jugosos trozos de pechuga en salsa de champiñones, acompañados con cascos de papa y una ensalada de lechuga fresca.

Nuestros clientes lo pidieron... **y se queda!**



Frispecial

La combinación especial

Nuggets de pollo con salsa Stroganoff, acompañados de: Cascos de papa, ensalada verde con croutons, tocino y aderezo miel mostaza

Queremos darte
la mejor experiencia

Frisdelicias

Frischuleta



Frisbandeja



Frisnacks



Frispicada



Frisburritos



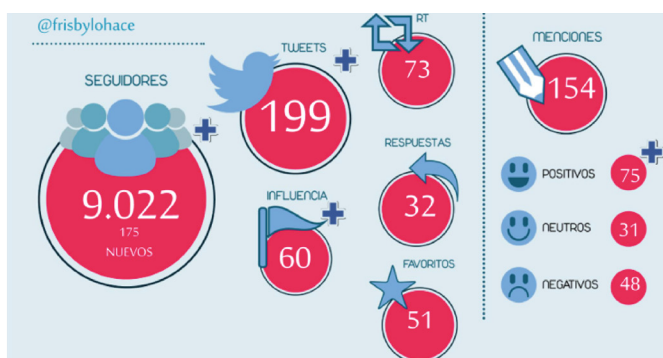
Frisburrito Ranch
Frisburrito Mexicano
Frisburrito B.B.Q.

Frispecial



Información Redes

Información un trimestre TWITTER



Información un trimestre Facebook



Campaña Cinnabon

Nos vinculamos activamente con las mujeres, apoyando socialmente la campaña de prevención de cáncer de seno en Colombia. Esta iniciativa fue liderada por la Liga Contra el Cáncer, para la cual hicimos una donación de 2% de las ventas realizadas en el mes de Octubre.

Nuestros Cupcakes fueron decorados con capcillos color Fucsia y se entregaron 3.000 pines Pink Ribbon.



La detección temprana del cáncer de seno salva vidas...

Este mes, un porcentaje de nuestras ventas estarán destinadas a apoyar la campaña de prevención de cáncer de seno.

CINNABON

LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CÁNCER

Válido del 04 de octubre al 15 de noviembre de 2013. La donación corresponde a un 2% de las ventas antes de IVA. Recibe tu Botón comprando nuestros Cupcaks y caja de Cupcakes (aplica para Cinnapack de Clásico y Cambio Clásico a 4 y 6, Mielero y Miel Combo a 4, 6 y 10, Bites a 20 y a 30 y Caja de Cupcakes de 4, 6 y 12) Válido hasta agotar el inventario de los Botones. Son 3000 Botones disponibles.

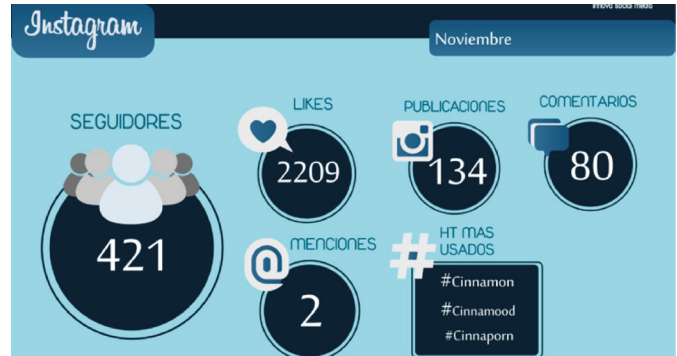


Queremos darte la mejor experiencia

Cinnabon FACEBOOK



Cinnabon INSTAGRAM



Cinnabon TWITTER





Alimentamos Corazones compartiendo aprendizajes



Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes

Aporte a la Comunidad

Fundación Frisby

Alimentar con amor es nuestra esencia. Por esto, hace 35 años con la firme convicción de devolverle a la comunidad parte de lo que nos entrega creamos nuestra Fundación Frisby. Mediante esta se desarrollan las actividades de responsabilidad social enfocadas en crear, mantener y fortalecer programas educativos y sociales. Nos hemos concentrado en generar aportes y apoyar el desarrollo de obras educativas, culturales, alimentación y acompañamiento a la microempresa.



Educación

Reafirmando nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y la educación se creó en 1985 el jardín Mundo Mágico, hoy Instituto Tecnológico Dosquebradas (ITD), colegio que cuenta con 13 grados desde Preescolar hasta grado once.

Allí alimentamos los corazones de 500 niños y apoyamos con el 50% de los costos educativos y establecemos el 100% de las políticas y directrices que se desarrollan en el mismo.



El colegio está basado en el desarrollo humano, liderazgo empresarial y formación a través del arte. Actualmente cuenta con dos modalidades: Técnico en Alimentos y Técnico en Gestión de Empresas Agroindustriales, haciendo que nuestros graduandos salgan con doble titulación avalada por el SENA.

Así mismo, el ITD es el único colegio a nivel mundial que desarrolla una metodología pedagógica Biocéntrica, donde el afecto y el respeto a la vida son la premisa fundamental. Además, se cuenta con una combinación entre lo humanista y lo tecnológico para mantener una educación de calidad. Hasta la fecha se han graduado 350 estudiantes en 13 promociones y hemos becado con el 50% del valor de su carrera universitaria a 22 graduandos integrales.



Poema Biocéntrico

Cuando yo me conozco,
Y conozco a los demás,
La Biocéntrica práctico,
Y aprendo mucho más.

Con la ética yo aprendo,
Con la ética convivo,
Y a mis amigos yo les digo,
Que el aprendizaje yo lo admiro.

Experimentando yo aprendo,
Actuando me desempeño,
Con las artes me divierto,
Y estudiando me fortalezo.

En mi familia yo aprendo,
mis padres son mi ejemplo,
Nosotros afectivos debemos ser.
Uniendo nuestra manos,
Para nuestra relación fortalecer.

En el ITD la naturaleza,
Queremos muy bien cuidar,
Para lograr que la corteza,
De nuestro planeta pueda mejorar.

Juan Camilo Giraldo
Estudiante 8-A. Instituto Tecnológico Dosquebradas

Alimentamos Corazones compartiendo aprendizajes

Formación Continuada

Formación de los Profesores de Biodanza



En la Escuela de Biodanza de Pereira se desarrollan actividades de formación del ser humano de manera constante. Su objetivo principal es formar profesores en Biodanza. Desde el 2012 se están formando 18 personas que esperan graduarse en el 2014.



Talleres de Crianza Positiva

Este programa está basado en el amor y en el respeto y tiene como propósito entregar pautas de crianza para desarrollar un entorno familiar armónico.

Contiene seis talleres dirigidos a padres con hijos, sobretodo aquellos menores de 12 años, ya que se les entregan estrategias formativas que permiten evidenciar la mejor manera de acompañar a sus hijos con el establecimiento de nuevos compromisos para educarlos. Se contó con la participación de 84 colaboradores de Frisby y 18 de la finca Sierra Morena donde se cultivan las hortalizas para los restaurantes de Frisby y Sarku Japan del Eje Cafetero.

Biodanza para padres y familias

En el 2013 se dio inicio este programa en el Instituto Tecnológico Dosquebradas teniendo una excelente acogida; el proyecto está incluido en el marco de nuestro modelo pedagógico de Educación Biocéntrica. El objetivo es lograr que los padres y cuidadores de los niños y adolescentes, puedan desarrollar sus potenciales afectivos para integrar sus emociones y expresarlas de una mejor manera para la crianza de los hijos(as).

Escuela de Padres

Es un programa de acompañamiento que brinda herramientas para integrar y fortalecer vínculos mediante una metodología vivencial. Busca facilitar herramientas a los padres de familia para que puedan brindar un acompañamiento adecuado y oportuno, así como formar y educar (reeducar) a los mismos padres para orientar y guiar a sus hijos en la vida personal, familiar y social, ofreciéndoles unas pautas y estrategias que les sirvan para realizar dicha labor.

	No. Grupos	Asistentes	No. Talleres
I Sem	20	338	20
I Sem	20	715	20
Total =	40	1053	40

Se generó conciencia del compartir, comunicar y fortalecer los vínculos familiares para generar una adolescencia más armónica, con varios casos donde los padres expresaban haber identificado falencias personales en la crianza de sus hijos, con el compromiso de mejorarlas. También se hizo énfasis en la posibilidad de estar bien emocionalmente para dar una crianza más positiva y humanizada a los hijos, cuyo compromiso primordial es del adulto que acompaña.

Talleres de Liderazgo de Servicio en Zonas de Aventura

Son talleres desarrollados en espacios a cielo abierto enfocados al crecimiento personal de jóvenes y adultos. Se compone de cinco módulos

que fortalecen el trabajo en equipo, la autoestima, el liderazgo de servicio y el emprendimiento. Los estudiantes de nuestro colegio finalizan esta formación cada dos años. Actualmente se han formado más de 5.000 personas entre jóvenes del eje cafetero y colaboradores de diferentes compañías de la región.

Los anteriores talleres tienen como objetivo fortalecer habilidades y capacidades en toma de decisiones, iniciativa, gestión, automatización; así como dirigir y actuar con creatividad frente a situaciones que se presentan en la vida cotidiana y en equipo para el logro de metas y objetivos. 137 estudiantes formados en liderazgo año 2013. Los módulos son:

- Despertando el guerrero interior
- Creatividad en equipo
- Empoderamiento de equipo
- Mas allá el ego
- Fortaleciendo el emprendimiento social



Alimentamos Corazones compartiendo aprendizajes

Formación Ser Más Maestro

Se implementa en Risaralda el programa SER MÁS MAESTRO de la organización Proantioquia, liderado por Empresarios por la Educación ExE y se realiza gracias a la alianza entre Frisby y el Ingenio Risaralda para 18 docentes y 7 voluntarios seleccionados entre docentes y directivos docentes de 16 instituciones educativas del departamento. Esto busca fortalecer las competencias en los formadores en el SER en Biocoaching, Comunicación Interpersonal, Equipos de trabajo de alto desempeño, Liderazgo y en el HACER en Gestión de proyectos, Gestión institucional, Comunicación Organizacional, Pedagogía del afecto y sean excelentes facilitadores en el afecto y la calidad educativa de nuestros niños y jóvenes.

Seguridad Alimentaria

En el año 2013 iniciamos un proyecto sobre Seguridad Alimentaria en alianza con otras instituciones, donde se buscó afianzar pautas para la alimentación sana, la producción y el consumo responsable y nutritivo de alimentos, así como incentivar iniciativas de emprendimiento innovadoras en torno al tema.

Por medio del Instituto Tecnológico Dosquebradas (ITD) se capacitaron mujeres de la zona rural y urbana de influencia del colegio en el concepto de seguridad alimentaria y buenas prácticas de manufactura; con el fin de motivar el emprendimiento y asociatividad alrededor de productos alimenticios sanos, con materias primas autóctonas de la región.

Con el apoyo de la Cámara de Comercio de Pereira y el Sena estas mujeres desarrollaron varios productos y los presentaron en diferentes eventos con el nombre de “Sabores y Saberes” el gusto por lo tradicional, teniendo una buena acogida.



Frisby y su Fundación realizaron alianza con la Agencia Nacional para la superación de la pobreza extrema – ANSPE - del Departamento para la Prosperidad Social (DPS) con el fin de promover la Seguridad Alimentaria en las familias que se encuentran vinculados a este programa del gobierno nacional. En el marco de este, Frisby se enfoca en el cumplimiento del logro de Nutrición por medio de procesos de formación, acompañamiento y entrega de cartillas.

Se han intervenido 3.000 familias del eje cafetero, de las cuales el 43% superó el logro de nutrición. Para el 2014 el reto es ampliar nuestra labor a 4.000 familias en pobreza extrema a nivel nacional en ciudades como Cartagena, Bucaramanga y Cali.

Aporte Social



Tenemos un compromiso con el aporte e integración social, educativa y cultural. Somos miembros como empresa y como Fundación Frisby de organizaciones como Empresarios por la Educación ExE y Sociedad en Movimiento para el desarrollo de Risaralda.



Proyecto Batuta en Dosquebradas

El programa de formación musical en Cuerdas Sinfónicas del Convenio Batuta-Ecopetrol, enfoca su desarrollo en aspectos académicos y técnicas musicales, a través del aprendizaje individual de un instrumento sinfónico de Cuerdas frotadas y su relación en el trabajo Orquestal mediante el ejercicio de ensamble técnico y expresivo de obras de repertorio precisamente seleccionando, de acuerdo con el alcance musical del grupo Orquestal.

- Centro Musical Dosquebradas: 42 estudiantes beneficiarios.
- Cupos: 100.
- 5 profesores (2 de Violín, Viola, Violoncello y Contrabajo).
- 1 Director Orquestal.
- Sede: Nuestro colegio el Instituto Tecnológico Dosquebradas.
- Intensidad horaria: 2 horas cada taller de Instrumento y 4 horas Ensayo de Orquesta.



Alimentamos Corazones compartiendo aprendizajes

Concurso Letras de Pereira para el mundo

Durante 3 años consecutivos la Fundación Frisby, la Editorial Mexicana Ediciones sin Nombre y la Universidad Tecnológica de Pereira invitan a participar en la convocatoria “Letras de Pereira para el Mundo”. Este concurso propone que escritores Pereiranos participen en los géneros de ensayo, poesía y narrativa. Las obras de los 6 ganadores hasta la fecha han sido publicadas en Colombia y México.

Festival Internacional de Poesía Luna de Locos

En el marco de los 150 años de la ciudad de Pereira y durante varios años consecutivos La Fundación Frisby apoya este evento que en el 2013 alcanzó los 15.000 participantes. Durante cinco días, 12 instituciones educativas, tres universidades, cinco centros culturales, siete casas de la cultura de igual número de municipios, fueron la casa del Festival de Poesía donde se realizaron lecturas de poemas.

El colegio de la Fundación Frisby, el Instituto Tecnológico Dosquebradas - I.T.D. fue uno de esos escenarios que contó con la presencia de poetas nacionales e internacionales teniendo una gran acogida por los participantes.

Concurso Literario de Poesía y Ecología Infantil

La fundación Frisby apoya el concurso literario para niños organizado por la Organización Gotita de Agua. Cada año se publica un libro con la compilación de los mejores escritos de niños y jóvenes de los 14 municipios del Departamento de Risaralda, se seleccionan 14 ganadores, uno por cada municipio los cuales reciben un premio y un reconocimiento especial; así mismo, los gestores de este proyecto, la niña poeta Manuela Fernandez y sus padres viajan cada año a participar de actividades de formación en poesía y ecología a diferentes países, patrocinado por la empresa.

Tabla GRI

Qué	Guía	Página	
CONTENIDO GRI - G3			
1. Estrategia y análisis.			
1.1. Declaración de relevancia de la sostenibilidad.	Carta de los socios y Gerencia General	6, 7	
	Alcance	10, 11	
	Política de sostenibilidad Pilares de sostenibilidad	28 29 - 31	
1.2 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Cadena de valor (enfocada en Operación de Restaurante) Espacios de relacionamiento	16, 17	
2. Perfil de la organización.			
2.1 Nombre de la organización.	Nuestra Historia	14, 15	
2.2 Marcas productos y servicios.	Nuestros productos - Nuevas Frisdelicias	52 - 56	
2.3 Estructura operativa.	Alimentamos con amor - franquiciados	32-35, 24	
2.4 Localización sede principal.	Donde estamos	18 - 23	
2.5 Donde opera.	Donde estamos	18 - 23	
2.6 Naturaleza de la sociedad y forma jurídica.	Organigrama general	35	
2.7 Mercados servidos.	Estadísticas de redes	57 - 59	
2.8 Dimensión de la compañía.	Crecimiento y desempeño	27	
	Datos colaboradores	25, 26	
2.9 Cambios Significativos.	Crecimiento y desempeño	27	
2.10 Premios y distinciones.	Este año no se reporta		
3. Parámetros del informe			
PERFIL DEL INFORME			
3.1 Período cubierto.	Declaración introductoria - Alcance	10, 11	
3.2 Fecha del informe anterior más reciente.			
3.3 Ciclo de representación del informe.			
3.4 Areas de contacto para los temas relativos al informe.			
ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME			
3.5 Proceso de definición del contenido.			
3.6 Cobertura del informe.			
3.7 Limitaciones del alcance.			

Tabla GRI

3.8. Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos , filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos.	No aplica	
3.9. Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Con base en indicadores GRI e indicadores propios de la compañía	
3.10. Reexpresión de información de memorias anteriores.	En los aspectos y temas que se requieran	
3.11. Cambios significativos en métodos de valoración de información.	No hay asuntos relevantes	
INDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12. Política y verificación del informe.	Tabla GRI	67
VERIFICACIÓN		
3.13. Política y verificación del informe.	El informe no tiene valoración externa	
4. Gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés.		
GOBIERNO		
4.1. Descripción de la estructura de gobierno.		
4.2. Presidente de la junta y su cargo ejecutivo como presidente de la Organización.	Organigrama	32 - 35
4.3. Estructura del máximo órgano de gobierno (Junta Directiva).	Pilar Alimentamos con Amor y Organigrama	32 - 35
4.4. Mecanismo de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo Órgano de gobierno.	Grupos primarios - Seguimiento a gestión administrativa	34
4.5. Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la Organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Seguimiento gestión administrativa - Sostenibilidad	30, 31 - 34
4.6. Procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	Redacción código de buen gobierno	
4.7. Procedimientos de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la Organización de los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Gente con alas que hace la diferencia - Coaching organizacional	40

4.8. Declaración de misión, visión, valores, código de conducta y principios relevantes.	Filosofía Frisby	8, 9
4.9. Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Procedimientos de control interno - Auditorías	36
4.10. Mecanismos de autoevaluación de la junta directiva.	Seguimiento gestión administrativa	34
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11. Adopción del principio de precaución.	Aporte nutricional de materias primas	52 - 55
	Ciclo de buenas prácticas en producción del pollo	
	Política de calidad y BPM	
4.12. Programas sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente.	Comprometidos con el planeta Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes	47 - 48 62 - 66
4.13. Principales asociaciones a las que pertenece la organización antes nacionales o internacionales a los que la organización apoya.	Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes	64 - 66
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14. Relación de los grupos de interés que se han incluido. 4.15. Metodología de selección de grupos de interés. 4.16. Criterios para la selección de grupos de interés. 4.17. Precauciones de los grupos de interés recogidas.	Relacionamiento con Grupos de Interés	12
5. Enfoque de gestión e indicadores de desempeño		
DIMENSIÓN ECONÓMICA		
Enfoque de gestión económica		
EC1 Valor económico directo generado.		27

Tabla GRI

EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	No se ha calculado	
EC3 Cobertura de obligaciones debidas a programas de beneficios sociales.		27
EC4 Ayudas financiera significativas recibidas de gobiernos.	No se reciben	
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC5 Gastos salariales y relación con el salario medio local.	Salario Mínimo diferencial	41
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrolla operaciones significativas.	De la mano con nuestros aliados	50, 51
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Gente con alas que hace la diferencia	42, 43
ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	No existe	
EC9 Descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance.	No existe	
DIMENSIÓN AMBIENTAL		
Enfoque de gestión ambiental		
ASPECTOS: MATERIALES		
EN1 Materiales utilizados, peso y volumen.		
EN2 Porcentaje de materiales utilizados que son residuos de otras industrias.	Piloto de empaques	45
ASPECTO: ENERGÍA		
EN3 Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.	No se reporta	
EN4 Consumo indirecto de energía, por fuentes primarias.	No se reporta	
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No se reporta	

EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	No se reporta	
EN7 Iniciativas e impacto de reducción de consumo indirecto de energía.	Huella de carbono	44
ASPECTO: AGUA		
EN8 Capacitación total de agua por fuentes.	No aplica	
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la capacitación de agua.	No aplica	
EN10 Porcentaje total de agua reciclada y reutilizada.	No aplica	
ASPECTO: BIODIVERSIDAD		
EN11 Descripción de terrenos propios, arrendados o adyacentes con alta biodiversidad, de áreas protegidos y no protegidas.	Predio Sierra Morena contiguo al Parque Natural Ucumarí	48
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Predio Sierra Morena contiguo al Parque Natural Ucumarí	48
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	Predio Sierra Morena contiguo al Parque Natural Ucumarí	46, 48
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Predio Sierra Morena contiguo al Parque Natural Ucumarí	46, 49
EN15 Número de especies en peligro en zonas de operación de la compañía, según lista roja del IUCN y lista nacional.	No aplica	
ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16 Emisión total (directas e indirectas) de gases de efecto invernadero.	No aplica	
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	No aplica	
EN18 Iniciativas e impacto para reducir gases de efecto invernadero.	Educación ambiental	
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa de Ozono en peso.	No aplica	
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No aplica	

Tabla GRI

EN21 Vertimiento total de aguas residuales según su naturaleza y destino.	Residuos líquidos	47
EN22 Peso total de residuos gestionados según tipo de método de tratamiento.	Manejo residuos	46
EN23 Derrames accidentales significativos.	No aplica	
EN24 Residuos peligrosos transportados (importados y exportados) o tratados, según la convención de Basilea.	No somos generadores	
EN25 Biodiversidad y hábitas afectadas por vertimiento de aguas.	No aplica	
ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26 Iniciativas para mitigar impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción del impacto.	Prueba de Empaques	45, 46, 47
EN27 Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de productos.	No aplica	
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN 28 Costo de las multas y número de sanciones no monetarias impuestas por incumplimientos de la normatividad ambiental.	No aplica	
ASPECTO :TRANSPORTE		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la compañía, así como del transporte del personal.	No aplica	
ASPECTO: GENERAL		
EN30 Desglose de los gastos e inversiones ambientales	Inversión ambiental general	27
DIMENSIÓN SOCIAL		
Enfoque de gestión de prácticas laborales y ética en el trabajo.		
ASPECTO : EMPLEO		
LA1 Desglose del colectivo de trabajo por tipo de empleo, por contrato y por región.	Nuestros colaboradores	25, 26
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.		

LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados.	Gente con alas que hace la diferencia	40 - 43
ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4 Empleados cubiertos por un convenio colectivo.	No se reporte en este informe, se espera para los siguientes	
LA5 Periodo(ss) mínimo(ss) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son específicas en los convenios colectivos.	No se reporte en este informe, se espera para los siguientes	
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6 Porcentaje del total de trabajadores representados en comisiones conjuntas de salud y seguridad en el trabajo.	No se reporte en este informe, se espera para los siguientes	
LA7 Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	No se reporte en este informe, se espera para los siguientes	
LA8 Programas de educación, control y prevención para trabajadores y sus familias, y a las comunidades sobre enfermedades graves.	Beneficios Fondo de empleados	43
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertas en acuerdos formales con el sindicato.	No aplica	
ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10 Promedio de horas de formación por empleado al año.	Indicador pendiente por calcular Gente con alas que hace la diferencia	40
LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomente la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Gente con alas que hace la diferencia	40, 63, 64
LA12 Porcentaje de empleados que reciben regularmente evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional.	Gente con alas que hace la diferencia	38 - 43

Tabla GRI

ASPECTO: DIVERSIDADES E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Alimentamos con amor Organos de gobierno corporativo	32, 33
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No se presenta diferencia de salarios según el sexo	
Enfoque de gestión relacionada con derechos humanos.		
ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativas que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	La compañía se preocupa por el respeto a los derechos humanos. Estamos adheridos al pacto global	
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Se validan las prácticas en derechos humanos por parte de los proveedores	
HR3 Formación de los empleados en derechos humanos.	No se realizaron eventos puntuales	
ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN		
HR4 Incidentes por discriminación.	No se registraron incidentes durante el año	
ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5 Actividades de la empresa donde la libertad de asociación corra riesgos y medidas para prevenir estos riesgos.	No se registra este tipo de actividades	
ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL		
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	En la compañía no existen incidentes de trabajo infantil	
ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS		
HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	No existen incidentes de trabajo forzado	

ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	No aplica	
HR9 Número total de incidentes relacionandos con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No aplica	
SOCIEDAD		
Enfoque de gestión relacionada con la sociedad		
ASPECTO: COMUNIDAD		
S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Alimentamos corazones compartiendo aprendizajes	60 - 66
ASPECTO: CORRUPCIÓN		
S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	No se tienen registros	
S03 Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos anticorrupción.	No se realizó formación específica	
S04 Incidentes de corrupción y medidas tomadas en cada caso.	No se presentaron incidentes relacionados	
ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA		
S05 Posición en las políticas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Se participa en convenio con entidades públicas, aportando para intereses conjuntos	64 , 65
S06 Aporte a partidos políticos e instituciones relacionadas.	No se hacen aportes específicos	
ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE LA COMPETENCIA DESLEAL		
S07 Número total de acciones por causa relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No se recibieron demandas relacionadas	
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
S08 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	No se recibieron multas en el año	
Responsabilidad sobre productos		
Enfoque de gestión relacionada con responsabilidad sobre productos.		

Tabla GRI

ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos.	Queremos darte la mejor experiencia	52 - 55
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento de las leyes o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida.	Ninguna	
ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normatividad, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Queremos darte la mejor experiencia	54
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	Ninguno	
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo estudios de satisfacción.	Queremos darte la mejor experiencia	57, 58
ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING		
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y patrocinios.	Queremos darte la mejor experiencia	55, 56
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinio.	Ninguno	
ASPECTO: PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentales en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Ninguno	
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9 Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normatividad en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Ninguno	

Frisby