Informe de Sostenibilidad

2016-2017

Frisby

Informe de Sostenibilidad

2016-2017

CARTA SOCIOS

Nos complace presentar el quinto Informe de Gestión Empresarial, correspondiente al periodo 2016-2017, en el cual celebramos juntos **40 años de trabajo emprendedor,** con el fin de generar crecimiento económico en nuestro país basado en la **creación de valor para todos nuestros grupos de interés.** Somos una empresa innovadora, que ofrece productos con un sabor único y brinda la mejor experiencia a sus clientes. Nos esforzamos por fomentar un ambiente laboral que busca el desarrollo del ser humano, y mantenemos una relación equitativa con nuestros proveedores. Esto lo hemos logrado con un profundo sentido de responsabilidad social y ambiental.

Hoy más que nunca estamos comprometidos con el desarrollo de un **'Capitalismo Consciente'** en Colombia, donde los empresarios no solo debemos crear valor a partir del desarrollo de negocios rentables, sino que además tengamos claro el **propósito superior de nuestras organizaciones,** fomentando la interconexión de todos nuestros grupos de interés y generando empleo, sentido de pertenencia y alegría. Por ello, nuestra labor en Frisby se basa en cuatro pilares:

En primer lugar, tenemos un **propósito superior** que va más allá de la rentabilidad del negocio, por medio del cual buscamos hacer una diferencia, inspirando, involucrando y energizando a todos nuestros grupos de interés, **elevando el nivel de conciencia y logrando que 'toda persona que entre en contacto con Frisby,** su vida sea impactada de manera positiva'. 'Alimentar con Amor' es nuestra esencia, y esto lo reflejamos en el segundo pilar, el cual está basado en la **creación de valor de manera consciente y para todos nuestros grupos de interés,** con un profundo cuidado y respeto por el planeta. Por esto, hemos dado varios pasos de vanguardia en el camino hacia el cuidado ambiental, y consolidamos día a día lazos de responsabilidad social con todos y cada uno de los que hacen parte de esta gran familia Frisby.

Nuestro tercer pilar está basado en el **'Liderazgo Consciente',** mediante el cual motivamos, desarrollamos e inspiramos a nuestra gente, y así logramos un alto nivel de compromiso, creatividad y desempeño, que lleve a alcanzar un **liderazgo sano, el cual consideramos nuestro legado fundacional.**

Por último, el cuarto pilar descansa en nuestra **'Cultura Frisby',** por la que de manera consciente promovemos una filosofía empresarial basada en altos niveles de confianza, autenticidad, transparencia, integridad y lealtad. Hemos consolidado una cultura organizacional enmarcada en una filosofía de empresa, donde el desarrollo de las personas es uno de sus propósitos principales, trabajando la conciencia para contar con seres humanos conectados consigo mismos, con el entorno natural de trabajo, con sus familias y la sociedad en general. De esta manera logramos tener gente satisfecha, leal y comprometida, que disfruta su trabajo y lo realiza con pasión, para brindarle al cliente la mejor experiencia.

Como resultado del trabajo de estos 40 años, hemos logrado ser una de las **marcas más recordadas por los colombianos,** que **continúa expandiéndose a nivel nacional** de manera sostenida, con presencia en 54 cabeceras municipales. Continuaremos entregando nuestro 'Sabor Único' y 'Alimentando con Amor' a todas las familias colombianas, ya que el amor es la fuerza que nos inspira a ser los mejores de la categoría.

Alfredo Hoyos Mazuera, Liliana Restrepo Arenas
Socios

CARTA DEL GERENTE GENERAL

Cordial saludo,

Este año presentamos con gran orgullo nuestro informe empresarial, resaltando que **en el 2017 cumplimos 40 años en el mercado ofreciendo sabor, servicio y calidad en cada rincón del país** donde hoy estamos presentes. De esta manera buscamos cada vez ser más sostenibles y ganarnos el corazón de los colombianos.

Nos hemos enfocado, y lo seguiremos haciendo, en Brindarle al Cliente la Mejor Experiencia, ofreciéndole productos con la más alta calidad y permitiéndoles disfrutar cada espacio que comparten con la marca.

La innovación es uno de nuestros grandes pilares. Hemos fortalecido y mejorado las plataformas tecnológicas mediante las cuales los clientes tienen contacto con la marca y los productos. Implementamos una APP propia para hacer pedidos y pagos en línea. Además, hemos puesto en funcionamiento una opción denominada "Sin fila" mediante la cual los clientes pueden hacer el pedido, pagarlo y recogerlo en el punto más cercano, aprovechando los tiempos de desplazamiento para su preparación y poder disfrutar sus comidas con más tiempo. Así mismo, tuvimos lanzamientos de temporada, que se ganaron puestos definitivos en el portafolio por su excelente aceptación.

Nuestra presencia en Colombia ha crecido: cubrimos el 66% del territorio nacional e incorporamos nuevos formatos a la organización. Esto nos ha permitido la generación de más empleos, vinculando nuevos talentos que con seguridad serán entes constructores de un mejor país para futuras generaciones. También durante el 2017 quisimos darles las gracias a los colaboradores que nos han acompañado en el crecimiento, celebrando en un sentido evento, llamado **"Reconocimiento por años de servicio"** su lealtad y confianza hacia la empresa.

Continuamos ejerciendo un importante relacionamiento con la comunidad mediante nuestra Fundación, ofreciendo educación de calidad y acompañando a jóvenes emprendedores en la consolidación de sus sueños.

Este informe representa para nosotros la posibilidad de comunicarnos con todos los grupos de interés y evaluar de manera cuidadosa las líneas de acción, para hacer la diferencia y seguirnos ganando el corazón de millones de consumidores que nos han permitido ser líderes en la categoría.

Francisco Guzmán Cardona
Gerente General

HISTORIA

1977

Aquí comienza nuestra historia, cuando Alfredo Hoyos Mazuera y Liliana Restrepo Arenas inauguraron, en la ciudad de Pereira, la primera pizzería llamada Frisby, la cual causó sensación en los ciudadanos que hasta ese momento no conocían este producto.

A los pocos días comenzaron a buscar nuevos productos para ampliar la oferta; así, implementaron el pollo apanado como una opción en el menú. Esta fue la primera vez que se encontró en Colombia el pollo en una preparación apanada. Rápidamente se convirtió en el producto más pedido por los clientes, y en el icono de ventas de la cadena Frisby.

1978

Se inicia la apertura de nuevos puntos en diferentes ciudades del Eje Cafetero, debido a su cercanía con la ciudad de origen.

DESDE NUESTROS INICIOS HEMOS TENIDO CLAROS NUESTROS PRINCIPIOS:

A

Ofrecer un sabor único y alimentar con amor a toda la familia.

B

Fortalecer integralmente la cadena de valor, convirtiéndonos en aliados para los proveedores.

C

Proteger el planeta para un presente y un futuro mejores.

D

Hacer la diferencia compartiendo aprendizajes con la comunidad y los colaboradores.

1983

La cadena llegó a Medellín, donde ha tenido una gran acogida.

1990

Frisby llega a la capital del país y empieza a consolidar su presencia en el interior.

2017

Actualmente Frisby cuenta con más de 243 puntos de venta

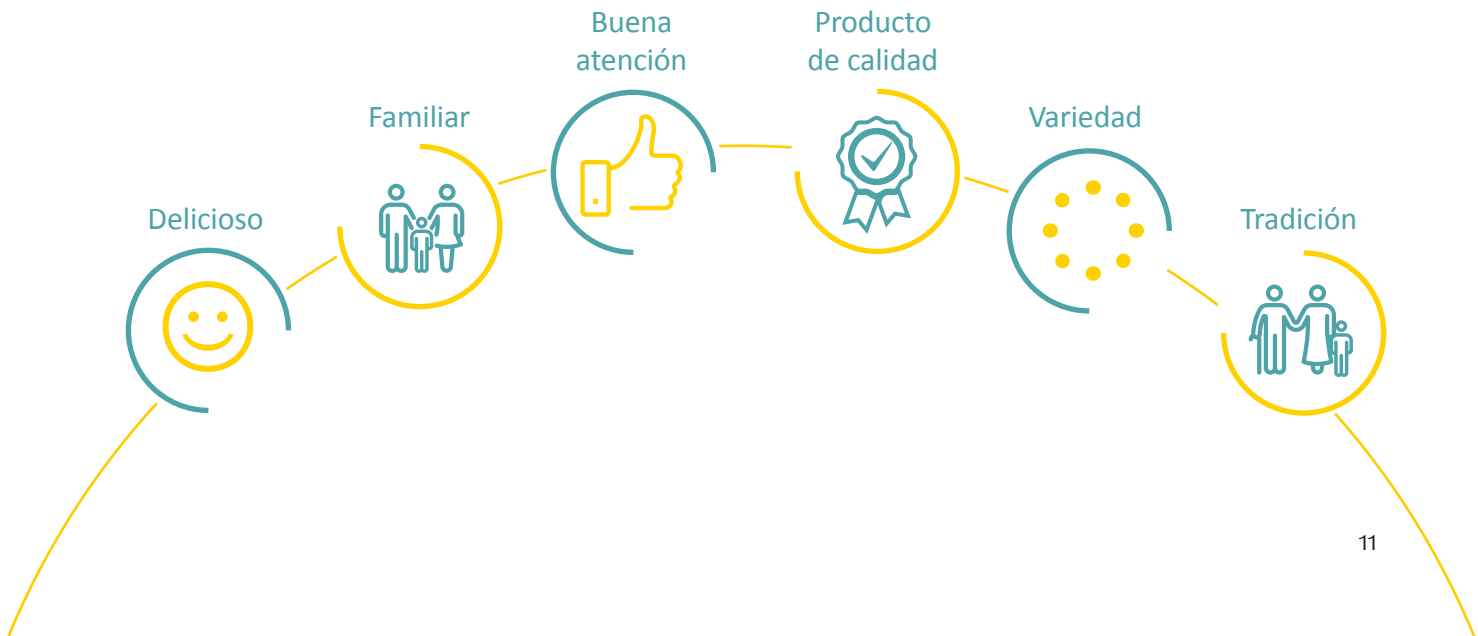
Es una de las cadenas con mayor cobertura en el territorio nacional. Genera 2.585 empleos directos, y los colaboradores se encargan de mantener en cada entrega las premisas de sabor, servicio y calidad que caracterizan la esencia de la marca Frisby.

NUESTRA MARCA

FRISBY, CON MAS DE 40 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO, SE HA POSICIONADO EN EL CORAZÓN DE LOS CONSUMIDORES, Y SE HA CONVERTIDO EN LA CADENA LÍDER EN LA CATEGORÍA DE POLLO EN COLOMBIA.

Actualmente contamos con más de 243 restaurantes distribuidos por el territorio nacional. Somos una de las marcas más reconocidas en el mercado de comidas rápidas a nivel nacional. Nos enfocamos en el segmento de pollo, liderando la categoría en Colombia, y nos posicionamos como una de las cinco marcas de mayor venta en el país.

La marca está asociada a palabras como:



Nuestra expansión ha sido constante y nuestro propósito es llegarle a cada una de las familias de Colombia; estamos orgullosos de poder acompañar a los colombianos en 52 municipios del país y poder llevarles nuestros productos. Seguiremos incrementando nuestra presencia en cada rincón del país.

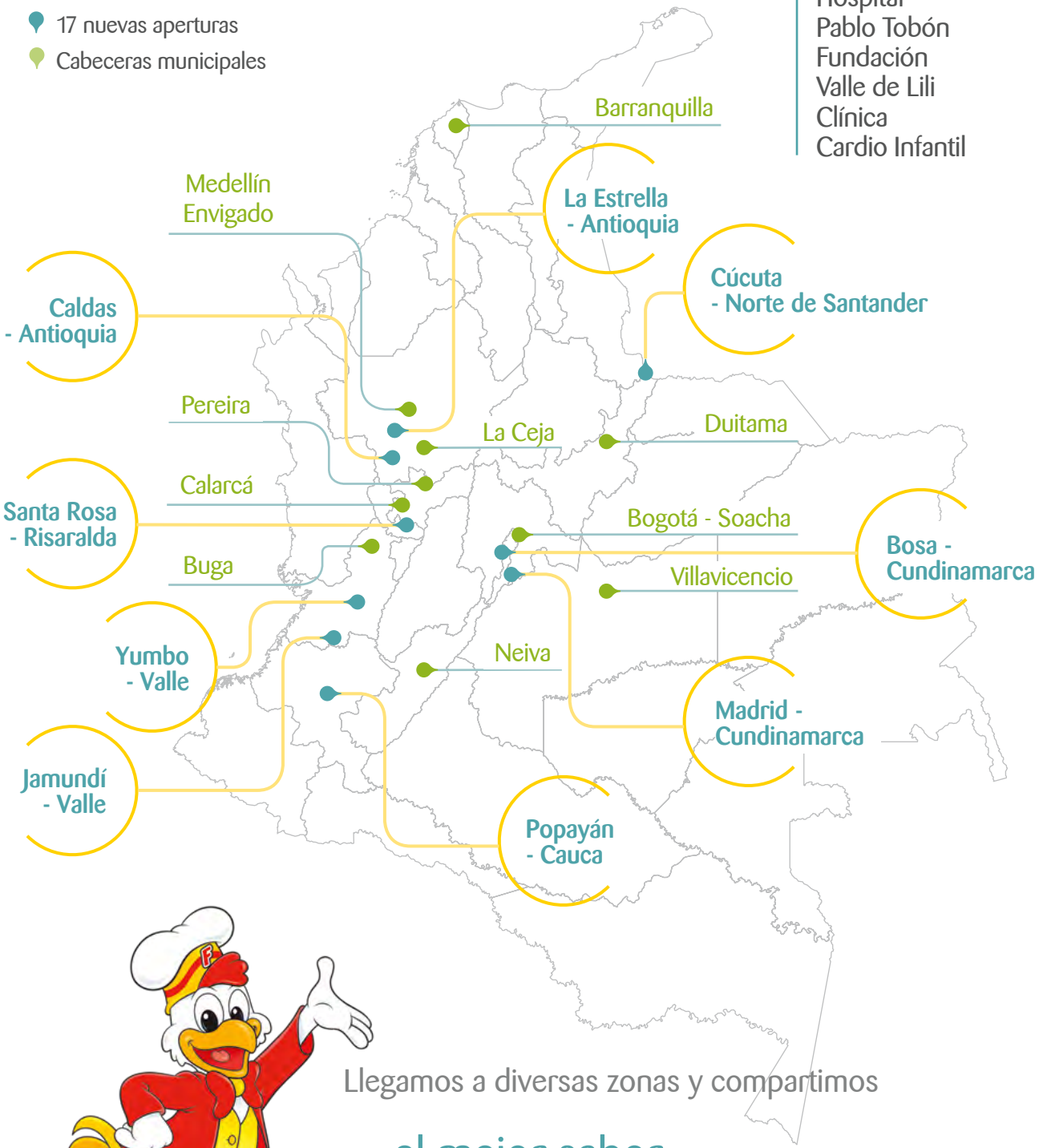
Acompañamos a los colombianos en 52 municipios DEL PAÍS

Restaurante Frisby

En el 2017 cumplimos nuestra meta de estar cada vez más cerca de nuestros clientes para llevarles el mejor sabor del pollo apanado y sus acompañantes; por eso, abrimos nuevos restaurantes en diferentes municipios.

- 17 nuevas aperturas
- Cabeceras municipales

Además, innovamos con nuevos formatos como:
Hospital Pablo Tobón Fundación Valle de Lili Clínica Cardio Infantil



Llegamos a diversas zonas y compartimos

el mejor sabor,
con un servicio único
y una calidad inigualable.

NUESTROS PRODUCTOS

PLANTA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS FRISBY

LOS PRODUCTOS DE FRISBY ESTÁN DESARROLLADOS PENSANDO EN CADA UNO DE NUESTROS CONSUMIDORES. INTEGRAMOS EN EL PROCESO LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD, CONSERVANDO LA FRESCURA Y EL SABOR ÚNICO QUE NOS DIFERENCIA.

Durante el 2016 y el 2017 renovamos nuestra planta de preparación de alimentos; con una inversión de 8.200 millones de pesos, se intervinieron 1.530 M^2 de área y se dotaron todas las instalaciones con la más alta tecnología para la elaboración de los productos; así cumplimos los estándares internacionales y garantizamos la calidad e inocuidad en cada uno de los acompañantes de nuestro producto estrella, el pollo apanado.

En la planta de procesamiento de alimentos trabajan alrededor de 70 personas y hasta 100 en alta temporada. Con la entrega, alegría y fuerza de cada colaborador procesamos 350 toneladas de alimentos al mes, con el propósito de brindarle al cliente la mejor experiencia con productos frescos y nutritivos.

EL PRODUCTO DESEMPEÑA UN PAPEL IMPORTANTE EN LA EXPERIENCIA que queremos entregarles a los clientes. Por esto, nuestra planta procesa con amor los siguientes productos:

DESDE NUESTROS INICIOS HEMOS TENIDO COMO FIN ENTREGAR PRODUCTOS EN UN ESTADO DE TERMINACIÓN AVANZADO, QUE PERMITA LA ESTANDARIZACIÓN, CONTROL, CALIDAD E INOCUIDAD DE ELLOS EN CADA UNO DE LOS RESTAURANTES.

El área de procesamiento de cárnicos despacha producto diario para más de

1 millón

de clientes al mes en todo el país.

BRINDARLE AL CLIENTE LA MEJOR EXPERIENCIA

LA ATENCIÓN OFRECIDA POR NUESTROS COLABORADORES ES CLAVE PARA COMPLETAR LA EXPERIENCIA QUE QUEREMOS ENTREGAR.

Nuestro equipo es amable con los clientes y está entrenado para asesorarlos en cada pedido; así asegura rapidez en la venta y cumple la promesa de entrega de nuestros productos.

Mensualmente invitamos a los clientes a calificarnos; esto nos ayuda a seguir mejorando y cumplir con sus expectativas.

LIBRETA DE CALIFICACIONES PRESENCIAL 2017:

Con la Libreta de Calificaciones se busca monitorear la satisfacción (experiencia) del cliente con el servicio, en el restaurante y a domicilio, con el fin de detectar las oportunidades de mejora que contribuyan a mantener los indicadores y la fidelidad del cliente; en esta medición se evalúan:

A través de nuestra herramienta de satisfacción evaluamos la atención que reciben nuestros clientes, y los invitamos a que nos ayuden a ofrecerles siempre la mejor experiencia. Gracias a la constante labor de nuestro equipo en cada uno de los puntos de venta, ubicados en todo el territorio nacional, hemos logrado altos niveles de satisfacción en la atención a nuestros clientes.

Para el año 2017 el resultado total de la experiencia del cliente en restaurantes (presencial) fue del **92,2%, la cual se mantiene por encima de nuestra meta, que es el 90%;** en donde sobresalen calificaciones como:

95,13% Servicio y atención

94,71% Actitud comercial

95,94% Amabilidad y cortesía

93,47% Producto

TODAS ESTÁN POR ENCIMA DE LA CALIFICACIÓN TOTAL.

Muestra [3.551] 2016

Satisfacción total	92,62
Percepción	89,98
Local	88,52
Servicio y atención	94,50
Actitud comercial	93,71
Amabilidad y cortesía	95,30
Producto	93,16
Recomendación	90,72
Precio*	-0,032

* Relación costo-beneficio

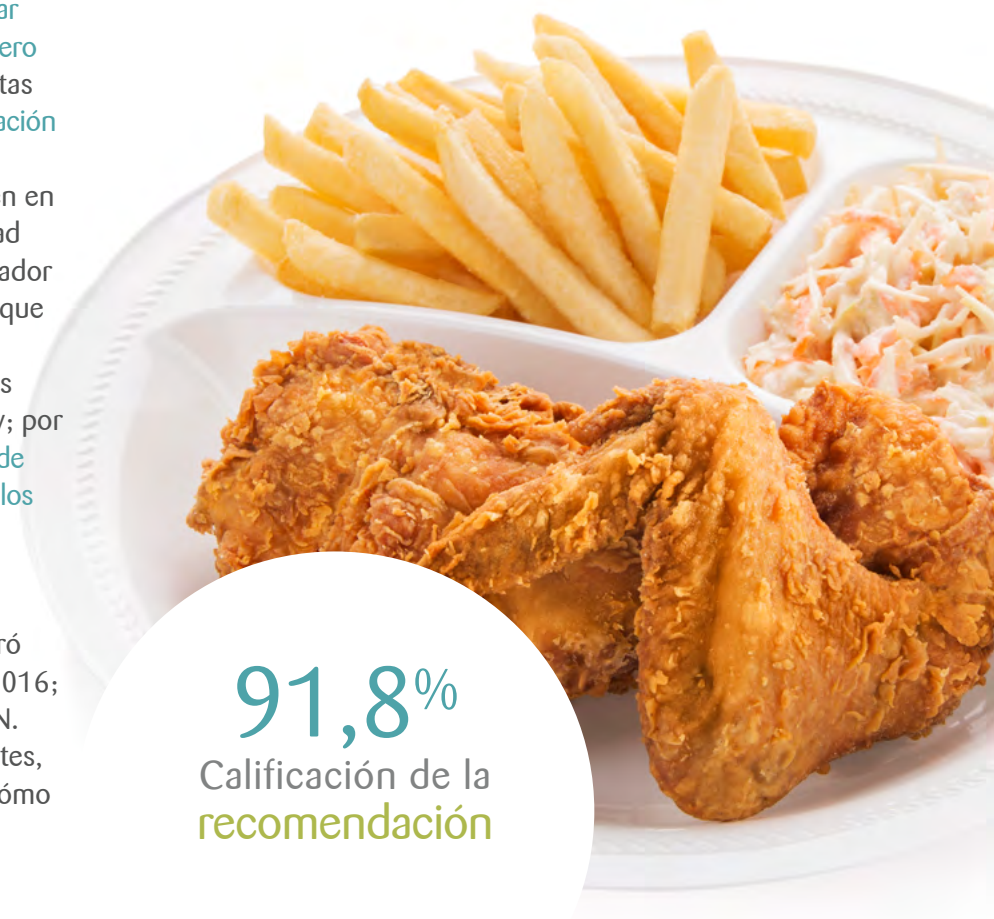
Muestra [4.023] 2017

Satisfacción total	92,27
Percepción	90,49
Local	89,22
Servicio y atención	95,13
Actitud comercial	94,71
Amabilidad y cortesía	95,94
Producto	93,47
Recomendación	91,82
Precio*	-0,021

* Relación costo-beneficio

La muestra se amplió buscando contar con las respuestas de un mayor número de clientes; cada una de las respuestas se analiza y es una fuente de información muy valiosa para el desarrollo de la marca. Los indicadores se mantienen en un buen nivel, pero es la oportunidad de mejora en LOCAL, el único indicador que está por debajo del 90%; y aunque mejoró del periodo 2016 al 2017, nuestro compromiso es llevarlo a los estándares que caracterizan a Frisby; por este motivo, seguimos nuestro plan de remodelaciones y actualizaciones de los restaurantes.

Queremos resaltar el indicador PERCEPCIÓN GENERAL, que mejoró casi un punto con respecto al año 2016; así mismo, el de RECOMENDACIÓN. Estos dos indicadores son importantes, dado que nos dicen mucho sobre cómo nos observa el cliente.



91,8%
Calificación de la recomendación

Nuestros restaurantes están diseñados para brindarle al cliente la mejor experiencia; una experiencia agradable y cómoda.

LIBRETA DE CALIFICACIONES DOMICILIOS 2017

Nuestro canal de domicilios se denomina TELEFRISBY, donde recibimos 1.900.000 pedidos de clientes al año, que disfrutan nuestro sabor único en casa.

En este medimos las mismas variables, a excepción de local, y añadimos la variable entrega del producto, que hace referencia al estado en que le llega el producto al cliente.

La calificación total de la experiencia del cliente fue del 95%, superior a la medición presencial; todas las variables medidas están por encima del 90%, y se destacan:

98,1%
Entrega del producto

92,7%
Recomendación

98,1%
Recompra

Muestra [1.399] 2016

Percepción	92,10
Servicio y atención	96,60
Entrega del producto	94,70
Producto	94,80
Precio*	-0,012
Recomendación	91,90
Re-compra	97,90
Satisfacción total	95,00
Amabilidad y cortesía	99,00

* Relación costo-beneficio

Muestra [1.519] 2017

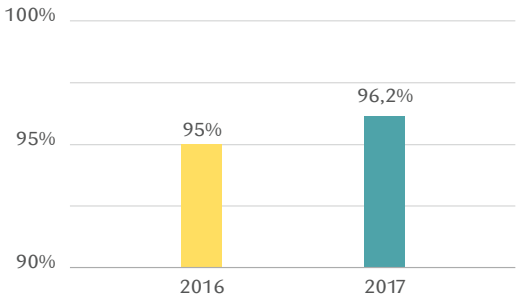
Percepción	93,77
Servicio y atención	95,71
Entrega del producto	95,29
Producto	95,47
Precio*	-0,02
Recomendación	92,71
Re-compra	98,10
Satisfacción total	94,44
Amabilidad y cortesía	96,64

* Relación costo-beneficio

Nuestro propósito es siempre brindarle al cliente la mejor experiencia con nuestros productos, frescos, nutritivos y confiables; para lograr nuestro objetivo contamos con una flota de domiciliarios a nivel nacional de 350 colaboradores a los que capacitamos frecuentemente en el respeto por las normas viales, y continuamente hacemos campañas de prevención de accidentalidad vial.

Efectividad del canal de domicilios

Para el año 2017 la efectividad del canal de domicilios mejoró en 1,2 puntos porcentuales y alcanzamos una efectividad del 96,2%. Continuamos con nuestro objetivo de ser la primera opción para nuestros clientes cuando buscan opciones para consumir alimentos en sus casas o trabajos.



Al igual que la operación presencial, el canal de ventas a domicilio conserva el excelente nivel de los indicadores de calificación; resaltamos la labor realizada en el indicador de ENTREGA DEL PRODUCTO, el cual mejoró, con respecto al año 2016, en casi un punto porcentual, resultado del esfuerzo de la organización por brindarle al cliente la mejor experiencia, mediante un producto de excelente calidad y a tiempo.

Para el año 2017 conservamos los indicadores en el nivel de excelencia, con una notable mejoría en el indicador de demorados. Continuaremos realizando todos los mejoramientos, con el fin de ser la primera opción para nuestros clientes.

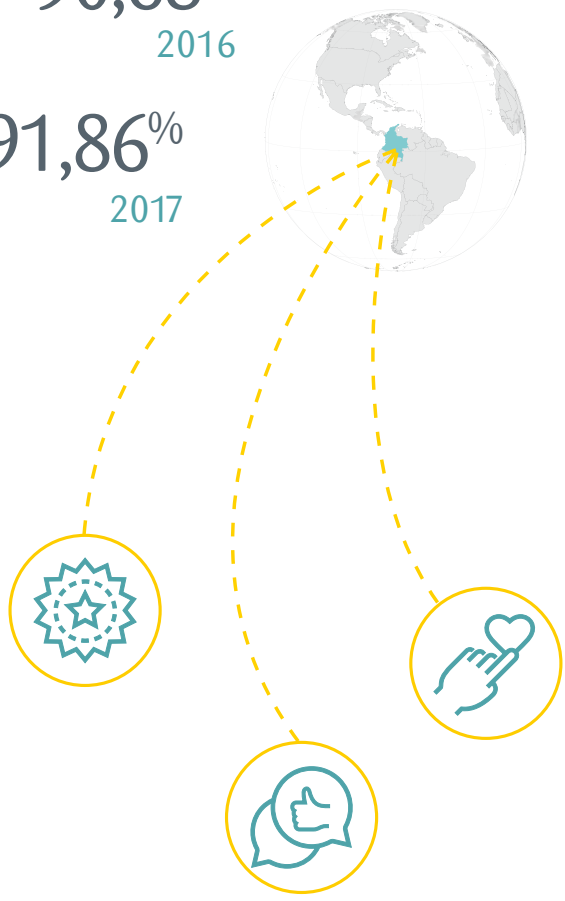
AUTOINSPECCIONES DE CALIDAD

Con el fin de asegurar la calidad y estandarización de nuestros productos, realizamos **INSPECCIONES DE CALIDAD** cada mes en todos los restaurantes y verificamos el cumplimiento de los procedimientos. Enseñamos al equipo de restaurantes las últimas actualizaciones en la preparación, y acompañamos todo el proceso de elaboración de productos, hasta el cliente final; evaluamos cada restaurante y hacemos los planes de mejoramiento respectivos.

PROMEDIO EMPRESA

90,68%
2016

91,86%
2017



Los rangos de evaluación son los siguientes:

CRÍTICO	Sello rojo	0%/80%
ALERTA	Sello amarillo	80%/89%
BUENO	Sello verde	90%/94%
EXCELENTE	Sello azul	95%/100%

Nuestro equipo de calidad, lo componen 14 ingenieros de calidad, que verifican, educan y acompañan a los colaboradores que trabajan en los restaurantes; este equipo es dirigido por una Dirección de Calidad, que cuenta con una experiencia de más de 25 años en Frisby; además, contamos con un asesor externo que tiene una amplia experiencia en inocuidad de alimentos, lo que reafirma nuestro compromiso con el producto que entregamos al cliente.

La estructura de Aseguramiento de la Calidad se integra con la Gerencia de Operaciones, que con un equipo humano de 22 Jefes de Zona acompañan diariamente los procesos en restaurante.

MERCADEO

INNOVACIÓN DE PRODUCTO:
Durante el 2017 se lanzaron productos por tiempo limitado, que gracias al éxito en sus ventas se ganaron un espacio fijo en nuestro portafolio de productos.

Comparti2

Limonada de Coco

Ensalada Mexicana

Pollo + francesa

NIÑOS

Los niños representan un público muy importante para Frisby. Queremos que en cada contacto que tengan con los restaurantes o con nuestros productos vivan una experiencia:

Los obsequios del menú Frisbykids están desarrollados para que vivan momentos lúdicos, de entretenimiento e interacción, que les permitan disfrutar de ratos especiales a través de su imaginación.

ACTIVACIONES ESPECIALES CON NIÑOS

Con el objetivo de extender la Filosofía Frisby, frente a la protección del medioambiente, se realizaron talleres especiales de la mano de los niños, para que comprendieran la importancia del cuidado del planeta y las consecuencias que representan para las especies con las cuales compartimos actualmente la Tierra.

Mediante presentaciones, pintucaritas, espectáculos de títeres y rondas musicales, se les explicó a los niños el significado de las 3R - Reciclar, Reducir y Reutilizar - para que cada uno fuera responsable de las actividades que maneja en el día a día.

> Durante esta época se tuvieron en el menú FrisbyKids los títeres de animales salvajes, los cuales acompañaron perfectamente la campaña.

Experiencia tecnológica

Conscientes de la importancia de darles a nuestros clientes más opciones para preferirnos, hemos realizado múltiples esfuerzos para incrementar y perfeccionar nuestros canales de comunicación. Sin importar cuál medio prefiera nuestro cliente, entre la app, la página web o el Tele Frisby, nos enfocamos en la identificación de cada cliente como un individuo único e importante para entregarle lo que espera de la marca. Dentro de estos avances podemos resaltar:

Página web. En nuestra página web www.frisby.com.co se tiene toda la información de la empresa, de la marca y de los diferentes productos que hoy forman parte del menú. Se puede hacer el pedido y para aquellos clientes que lo deseen, efectuar el pago, de modo que se agiliza el consumo en el momento de recibirlo.

Tabletas en punto de venta. Se comenzó la implementación de esta herramienta, con el fin de apoyar la labor de ventas y disminuir directamente la percepción de tiempo en la fila; así se agilizan los procesos de toma de pedido y entrega a nuestros clientes.

App Frisby. Es una herramienta desarrollada internamente, que les permite a nuestros clientes hacer el pedido, pagarlo y hacerle seguimiento para conocer su estado en tiempo real. Durante el año 2018 se incluirán juegos en esta aplicación.

En la app también está habilitada una opción llamada “Sin Fila”, enfocada a aquellos clientes que tienen poco tiempo y quieren evitar las filas que se generan en horas pico. Pueden hacer el pedido y el pago por este medio, y llegar al restaurante a recoger su pedido y disfrutarlo inmediatamente.

PRESENCIA EN REDES SOCIALES

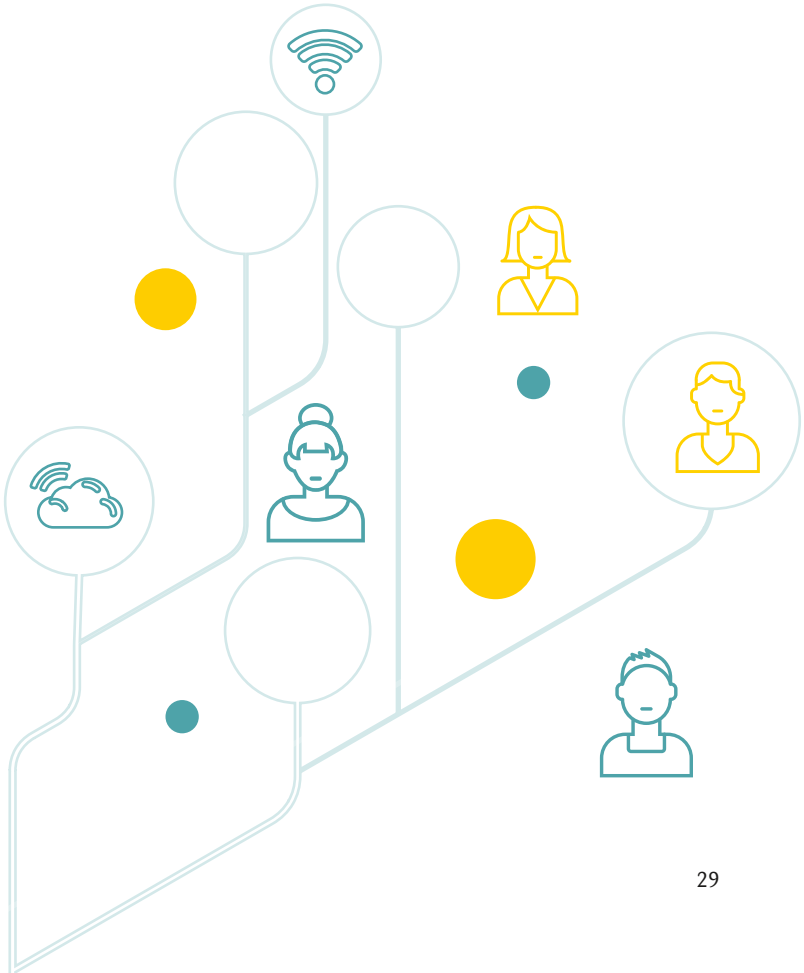
Las redes sociales son una herramienta que les permite a nuestros clientes enterarse, en tiempo real, de las diferentes promociones e información provenientes de la marca. Este canal es de gran apoyo para conocer las percepciones y experiencias de nuestros consumidores, y contarles sobre los nuevos productos y ofertas.

SEGUIDORES

	2016	2017
Instagram	1.934	5.110
Facebook	242.639	262.850
Twitter	16.462	17.718

Los canales digitales nos permiten **compartir con nuestros CLIENTES** todas las novedades de nuestra compañía.

Actualmente logramos la conexión e interacción con más de 270.000 seguidores mensuales, con los cuales hemos logrado establecer un vínculo hacia la marca y a cada uno de los productos que cada día los provocan por este medio.

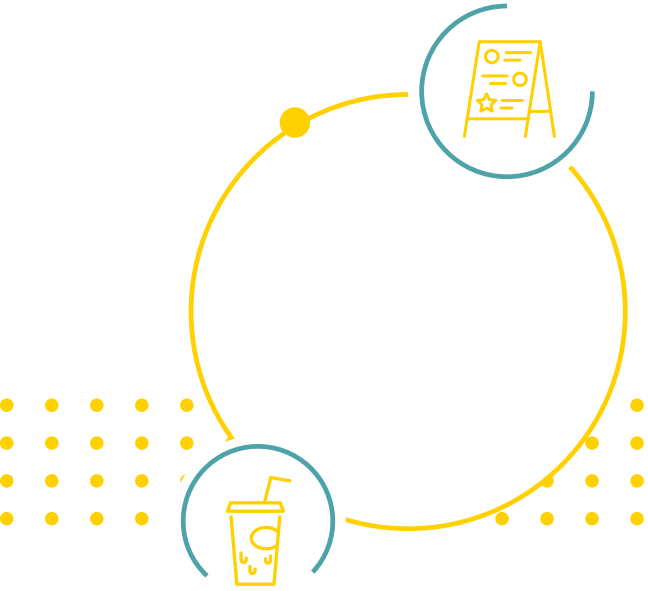


COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

Las piezas y medios de comunicación, los espacios en nuestros restaurantes y cada contacto con el cliente los utilizamos para entregar el mensaje de lo que somos y hacemos. En estos aprovechamos para compartir nuestro valor agregado y los valores de marca con aquellos que nos prefieren.

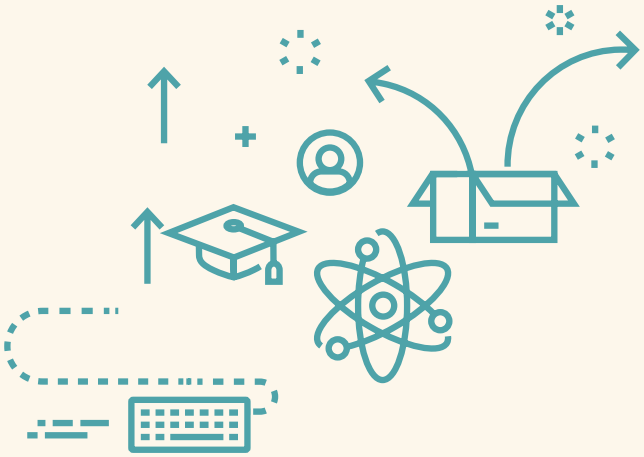
PROMOCIONES

Acompañar a nuestros clientes en los momentos más importantes y fechas especiales es uno de nuestros grandes objetivos. Queremos ser un aliado, para que nuestros productos sean su primera opción en cada celebración. Por esto, durante el año desarrollamos diferentes campañas para conmemorar estas fechas y temporadas.



MÁS CERCA DE NUESTROS CLIENTES

El desarrollo y apertura de nuevos canales nos permite estar más cerca de nuestros clientes, para llevar nuestro servicio y sabor único a todos los rincones del país y satisfacer sus antojos.



En el 2016 abrimos un restaurante en la CLÍNICA CARDIOINFANTIL DE BOGOTÁ, nuestro primer restaurante en un CENTRO MÉDICO, donde tendremos el gusto de atender a miles de clientes que prefieren un producto confiable, delicioso y de la más alta calidad.

Seguimos con el propósito de acercar nuestro portafolio a las principales UNIVERSIDADES del país; actualmente estamos presentes cerca de la UNIVERSIDAD JAVERIANA y la UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, en BOGOTÁ, y en el interior de la UNIVERSIDAD EAFIT, en MEDELLÍN.

Para aquellos clientes que no cuentan con mucha disponibilidad de tiempo, pero prefieren un producto fresco y nutritivo, hemos incursionado en los formatos de estación de servicio, que se caracterizan por su amable atención y rápida entrega.

FOOD TRUCKS

Los eventos a nivel nacional son una gran oportunidad para acompañar a los consumidores. Con nuestro Frisby móvil estamos presentes en las fiestas y celebraciones más importantes del país.

NUESTRA GENTE

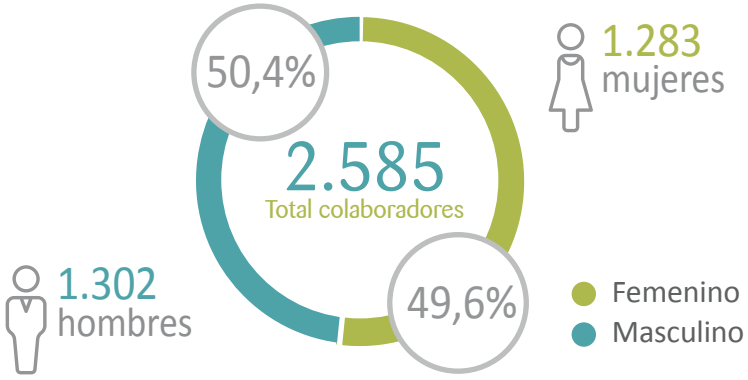
NUESTRA CULTURA ORGANIZACIONAL PROPENDE POR EL DESARROLLO DEL SER HUMANO, TANTO EN SU PARTE PROFESIONAL COMO PERSONAL. MEDIANTE EL DESARROLLO DE LA CONCIENCIA LOGRAMOS COLABORADORES CONECTADOS CON SU ENTORNO.

Contamos con **2.585** **colaboradores** en todo el país, comprometidos con nuestra misión y dispuestos a dar lo mejor de sí en cada servicio.

Nuestro modelo de negocio se enfoca en la satisfacción de los colaboradores, generando compromiso, disfrute y pasión al momento de realizar el trabajo, y asegurando que se brinde al cliente la mejor experiencia.

Los procesos de selección buscan colaboradores alineados con los valores de la organización, a los cuales ofrecemos programas de calidad de vida, retención y formación continua, para que nos acompañen en la construcción de un mejor país.

Estamos convencidos de que la equidad de género es un valor agregado para alcanzar el éxito; el 49,6% de nuestro personal es femenino, y el 50,4% restante, masculino.



CULTURA Y DESARROLLO

Desde sus inicios, los socios fundadores de Frisby han tenido el propósito de aumentar la conciencia de todas las personas que entren en contacto con la empresa. Para cumplir este objetivo y lograr el desarrollo del ser en los colaboradores, en el año 2003 implementaron la práctica de Biodanza, como una de las principales herramientas para trabajar y potencializar las fortalezas de la gente que hace parte de la compañía.

Frisby es una de las empresas pioneras a nivel mundial en incorporar la Biodanza para su gente, y se ha consolidado como una empresa Biocéntrica, enfocada en el respeto por la vida.

Rolando Toro, antropólogo y fundador de esta metodología, define la Biodanza como:

"Un sistema de integración afectiva, renovación orgánica y reaprendizaje de las funciones originales de vida, basado en vivencias inducidas por la danza, el canto y situaciones de encuentro en grupo".

En esta práctica se trabajan
cinco potenciales humanos,
entre los cuales se encuentran:

FORMACIÓN

En Frisby los programas de formación en los aspectos técnicos nos ayudan a mantener la excelencia. Es la mejor manera de lograr que los procesos y productos mantengan la homogeneidad, para cumplir con los más altos estándares de calidad.

Durante el 2017 cada colaborador recibió

64 horas de formación TÉCNICA.

Adicionalmente, y con el propósito de aumentar el nivel de conciencia e impactar de manera positiva la vida de los colaboradores, se trabaja de manera integrada en diversos programas para el desarrollo del ser, que constan de técnicas como la Biodanza organizacional y el *Coaching*.

Durante el 2017 cada colaborador recibió

40 horas de capacitación EN EL SER.

TESTIMONIO

"Con la formación en el HACER buscamos el desarrollo de competencias para el rol que se desempeña en la compañía. Aseguramos un verdadero plan carrera posibilitando el crecimiento profesional a través de programas semilleros desarrollados en Frisby, actualizaciones constantes para la alta y media gerencia, y por último, realizando convenios especializados con el SENA. En estos certificamos a nuestros colaboradores como Técnicos en Cocina bajo la modalidad de contratos de aprendizaje. Al final, todos los esfuerzos se ven reflejados en nuestro propósito mayor, que es Brindarle al Cliente la Mejor Experiencia".

Leonardo Luján -
Entrenador técnico

TESTIMONIO

"Con nuestros programas enfocados en el desarrollo en el SER (habilidades blandas) buscamos impactar positivamente a todos los colaboradores que tienen contacto con nosotros, haciéndolos mejores seres humanos, mejores compañeros, mejores colaboradores, y creando un puente para que cada uno alcance su propósito personal. De esta manera se logra una verdadera transformación".

Zoraida Ramírez - Directora
Gestión del Conocimiento

BIODANZA

Inicialmente en Frisby se incorporó como una alternativa para mejorar la expresividad y comunicación entre los colaboradores y hacia los clientes. Se tuvo una excelente recepción de la gente, y así se mejoraron la calidez, la creatividad y la alegría en la forma de comunicarse y en la resolución de conflictos.

A través de esta metodología la empresa ha fortalecido los lazos de unidad, que normalmente se pierden en la jornada por las rutinas laborales. Estos vínculos han generado equipos que se enfocan en el cuidado y apoyo del otro para el logro de objetivos comunes, que son parte de la organización, y no por metas individuales. La integración de las áreas con el ecosistema ha sido fundamental para aumentar el bienestar y obtener un mejor desempeño de los colaboradores.

Mediante la danza nos encargamos de fortalecer nuestra esencia de "Alimentar con Amor", cuidando cada proceso y trabajando para que cada consumidor nos prefiera.

A nivel personal, le ofrece a la gente la posibilidad de evolucionar como ser humano, generando una renovación orgánica, activando los procesos de las funciones biológicas y disminuyendo los procesos de estrés. Hay que destacar que nuestra gente, además de incrementar sus potenciales en las áreas laborales, se conecta con sus seres queridos de manera más especial, y se convierten en miembros de familia más activos, gracias a la mejoría en sus estados de ánimo, su vitalidad y sus ganas de vivir.

INFORME FINANCIERO 2016-2017

Los balances del 2016 y el 2017 son positivos, y los compartimos con todos los grupos de interés. Hacen parte de nuestro compromiso con la transparencia y la comunicación sobre la gestión de nuestros recursos.

Ventas netas
(cifras en millones de pesos)

2016	2017
315.833	345.275

Ciudades - Municipios

2016	2017
44	43

Donaciones
(cifras en millones de pesos)

2016	2017
1.565	1.749

LIDERAZGO Y DIRECCIÓN

Nuestro equipo directivo tiene la gran responsabilidad de mostrar el camino que debemos seguir como organización, y por ello trabaja de manera articulada y armoniosa, conduciendo a todo nuestro capital humano a través de la senda que nos llevará a conseguir nuestro propósito superior, que es impactar positivamente a todos los que entran en contacto con la empresa.

Este comité tiene como objetivo definir la ruta hacia la sostenibilidad, asegurando los estándares:

Sociales

Ambientales

Económicos

40 AÑOS CONSTRUYENDO EMPRESA

Cumpleaños Frisby

FRISBY CELEBRÓ SUS 40 AÑOS DE HISTORIA: PARA FESTEJARLO, REALIZÓ UN EVENTO EN LA CIUDAD DE PEREIRA. ALLÍ NACIÓ LA MARCA, Y HA SIDO TESTIGO DE SU CONSOLIDACIÓN, COMO UN EJEMPLO A NIVEL NACIONAL.

El *show* central de la celebración fue un concierto de cuerdas sinfónicas, dirigido por el maestro francés Louis Tillet. También acompañaron el evento las autoridades gubernamentales, como la Gobernación de Risaralda y la Alcaldía de Pereira, las cuales ofrecieron un sentido reconocimiento a la empresa y a sus socios fundadores, por ser un ejemplo de "construcción de país"; además, fueron reconocidos y condecorados aquellos colaboradores con más de 10 años de servicio; en total, se exaltó a 394 personas.

Fue una noche cargada de mucha alegría, en la cual se celebró el esfuerzo y dedicación que se ha tenido para la consolidación de esta marca en el territorio nacional.

RECONOCIMIENTO POR AÑOS DE SERVICIO

El cumpleaños de Frisby también fue una oportunidad para agradecerles a los colaboradores que han vivido de la mano de la empresa cada momento, y han mostrado su fidelidad y lealtad con el transcurso de los años.

Se hizo un evento de reconocimiento en cada regional, donde estaban invitados los colaboradores que cumplían 10, 15, 20, 25, 30, y 35 años de servicio incondicional.
En este no solo tuvieron grandes sorpresas, sino que se anunció una bonificación especial, acorde con el tiempo de servicio.

Los socios fundadores y la Gerencia General acompañaron cada uno de los eventos, con el fin de ser partícipes de esta celebración y poder decirles GRACIAS a las personas que han dado lo mejor para el crecimiento de la empresa.

Mega E

EMPRESAS CREANDO EMPRESAS

DESDE EL 2016 COMENZAMOS CON LA ORGANIZACIÓN INNPULSA, EL DESARROLLO DE UN PROGRAMA DEL CUAL FUIMOS GANADORES, LLAMADO MEGA EMPRENDEDORES.

Mediante la implementación de este programa tuvimos la posibilidad de dejar una capacidad instalada de conocimiento, para fomentar el pensamiento crítico en los diferentes equipos y, además, la construcción de un portafolio de seis nuevos proyectos, que traerán beneficios económicos a la organización.

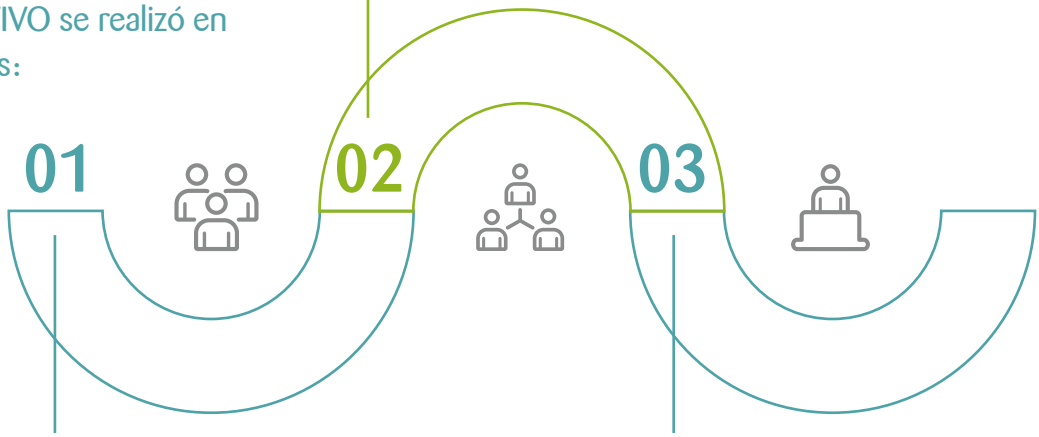
Además de la consolidación de estos proyectos, se logró el fortalecimiento de un grupo de líderes, los cuales serán claves para que la marca se reinvente de manera constante, incluyendo en sus rutinas de trabajo la investigación, implementando canales de desarrollo e innovación enfocados en satisfacer las preferencias del cliente.

Frisby ocupó el primer lugar en esta convocatoria, gracias a su cultura corporativa tipo clan:

Cultura que se caracteriza por la importancia que se le da al clima interno, es decir, resulta importante para la organización ofrecer a sus empleados un ambiente de trabajo amigable, donde se resalten valores como la lealtad, la tradición y la colaboración.

"Se pueden observar fuerzas que tienden hacia la cultura adhocrática, donde hay un clima laboral dinámico, creativo y orientado al emprendimiento, donde los empleados se implican y corren riesgos" (informe Innpulsa Colombia 2016).

La implementación del programa de EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO se realizó en varias etapas:



SESIÓN DE IDEACIÓN

Se convocaron 96 personas, pertenecientes a todos los niveles de la organización, para realizar una sesión de ideación, en la cual se utilizaron técnicas que permitieron extraer ideas. Se gestaron 386 ideas de nuevos negocios, y dentro de ellas la gerencia seleccionó siete para ser formuladas. Cada idea contó con un equipo de personas, tiempo y dinero para su maduración. Todas las seleccionadas se convirtieron en el piloto del emprendimiento corporativo que se iba a desarrollar dentro del programa Mega E.

INMERSIÓN DE LA ALTA GERENCIA

Se realizaron 32 horas de formación para colaboradores de alto nivel, en las cuales se abordaron temas relacionados con el proceso de emprendimiento corporativo y se hicieron recomendaciones para maximizar los resultados del proyecto Mega Emprendedores. Dentro de los acuerdos principales se resalta la conformación de un sistema de gobierno del proyecto.

LANZAMIENTO OFICIAL DEL PROGRAMA FRISBY - MEGA E

En una noche de gala, denominada *Black & White,* se oficializaron los siete proyectos y los colaboradores seleccionados para el desarrollo oficial de cada proyecto.

04 FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Los 28 colaboradores recibieron una transferencia de conocimiento durante 40 horas, en temas de innovación, emprendimiento y gestión de proyectos, para lograr convertir la idea en un negocio viable.

Durante esta formación, los Mega-Emprendedores desarrollaron competencias que le permiten a la empresa explorar de manera permanente opciones de negocio, que luego son socializadas.

05 FERIA DE EMPRENDIMIENTO Y RUEDA DE NEGOCIOS

Para la presentación oficial de los proyectos se realizó una feria de emprendimiento, con el fin de fortalecer la cultura del emprendimiento corporativo y contribuir al crecimiento de los procesos formativos, investigativos y de proyección, asociados al emprendimiento y la innovación.

06 RUEDA DE NEGOCIOS

Mediante una metodología Pitch, cada equipo sustentó su iniciativa de negocio ante el comité de gerencia, dando a conocer la tipología y categoría del negocio, resaltando la oportunidad de mercado, la oferta de valor, el prototipo de producto/servicio y la forma en que la organización podría capturar valor en el negocio identificado.

07 PREMIACIÓN

Se llevó a cabo una ceremonia especial de premiación y selección de los proyectos. Frisby fue la única empresa que seleccionó los siete proyectos para continuar con el proceso de formulación. Dicha formación se llevó a cabo durante el año 2017.

¡Nadie lo
hace como
Mexicano

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

COMO PARTE DE NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE, DESDE EL AÑO 2014 INICIAMOS NUESTRO PROPÓSITO DE SER MÁS SOSTENIBLES Y RESPETUOSOS CON EL PLANETA.

Innovamos a través de los empaques elaborados en bagazo de caña de azúcar, un subproducto industrial proveniente de una fuente que es renovable en cortos periodos de tiempo, sin uso de blanqueadores químicos y aprovechando el color natural. En el sector de alimentos, fuimos pioneros en incluir un material agroindustrial como materia prima en la elaboración de empaques aptos para el contacto con alimentos para consumo humano.

Nos trazamos una meta: cambiar el 30% de nuestros empaques; hoy nos enorgullece contar que hemos modificado el 45% de nuestros embalajes.

Hemos optimizado el

45%

de nuestros empaques

En el año 2016 integramos el empaque de nuestra deliciosa Frispicada, y así reafirmamos nuestro compromiso con el medioambiente.

El aporte y la concientización sobre el cuidado del medioambiente es un compromiso de todos y parte esencial de la estrategia Frisby, está en el marco de la estrategia de sostenibilidad.

Llevamos a cabo dos campañas, para ratificar nuestro compromiso con el medioambiente:

Campaña: Frisby y Team unidos por el planeta

Comprometidos con la educación y recreación de los niños, en compañía de la empresa Team realizamos una gira a nivel nacional, con el fin de enseñarles a los niños la mejor manera de cuidar el medioambiente mientras disfrutan un espacio divertido.

#SinPitilloPorFavor

Comprometidos con el cuidado y conservación del planeta, se eliminaron los pitillos de la estructura de los productos; vinculamos activamente a nuestros clientes para reducir el uso de este elemento, que tarda más de 1.000 años en descomponerse y que afecta de manera agresiva los ecosistemas.

Gracias al compromiso de nuestros clientes con la campaña

logramos disminuir en un 65%

el consumo y la posterior disposición de los pitillos.

LA COMUNIDAD COMO EJE DE TRABAJO

Fundación Frisby

LA FUNDACIÓN FRISBY ES UNA ORGANIZACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO, ENCARGADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE SE REALIZA HACIA LA COMUNIDAD.

Propósito principal

Impartir programas educativos y de formación integral al ser humano.

Misión

Alimentar corazones compartiendo aprendizajes en gestión educativa y desarrollo social.

Justificación de nuestra labor

Nuestra sociedad requiere personas que logren generar conciencia de sí mismas, conexión con el otro, educación y medios para alcanzar sus sueños.

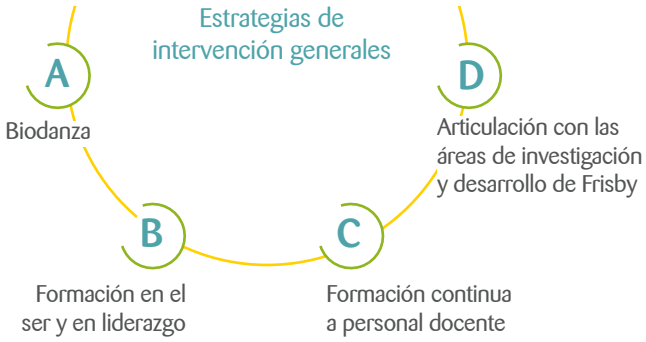
Localización de nuestra gestión

Nuestros programas de responsabilidad social se centran en Risaralda y se complementan con acciones puntuales en otras zonas del país.

LAS ÁREAS DESDE DONDE REALIZAMOS NUESTRA GESTIÓN INSTITUCIONAL

ÁREA I
EDUCACIÓN CON ENFOQUE BIOCÉNTRICO

Nuestro objetivo central es facilitar, desde la vivencia afectiva, el desarrollo humano integral en formación inicial.



01
Educación formal: Instituto Tecnológico Dosquebradas

La formación biocéntrica se articula en la necesidad de recuperar la sensibilidad, la humanidad del ser, la esencia tanto del que aprende como del que enseña; la educación biocéntrica redescubre lo fundamental, el amor, el respeto a la vida, la construcción de la diferencia, la armonización de la existencia de todos los actores involucrados en ejercicio educativo.

Desde su fundación

542

estudiantes

se han graduado en el Instituto Tecnológico de Dosquebradas

Se graduaron como bachilleres 39 estudiantes, entre ellos 13 como técnicos en alimentos y 26 como técnicos en gestión de empresas agroindustriales

452
familias participaron en *Escuelas de padres*

40
docentes de nuestra institución se capacitaron o fortalecieron en educación biocéntrica

TESTIMONIO

"…aprovechar el colegio para guiar a los jóvenes en la construcción de sus bases éticas y en valores, claramente sin dejar de lado lo académico, para que así, cuando lleguen a espacios adultos o ambientes en los cuales el ser en la educación no sea tan importante, puedan actuar de forma integral y que construyan sus vidas a partir de otros ideales, desde la pasión".

Alejandro Castañeda Bustamante - Egresado ITD 2017

02
Extensión de la formación biocéntrica al sector público

Difundir estrategias alternativas que den respuesta a las necesidades de cambio del modelo imperante de educación.

TESTIMONIO

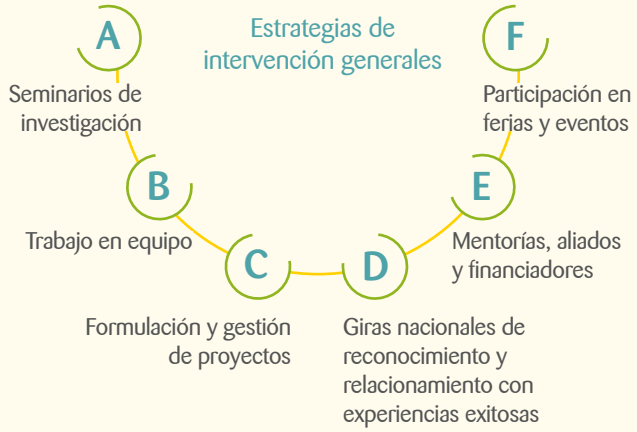
"A raíz de esta capacitación me sensibilicé sobre el tema de la facilitación y mirar que realmente el objeto de la educación es un conjunto de cosas, la mente, el espíritu, la vida, el pensamiento, la conciencia".

María Teresa González - Rectora Rafael Uribe

Se beneficiaron con el proyecto
43 docentes
de preescolar del municipio de Pereira.

ÁREA II
CULTURA EMPRENDEDORA

Nuestro objetivo es ser un laboratorio de sueños, ideas y soluciones para emprendedores.



03
Estudiantes Acuma

Complementar la formación de los estudiantes de últimos grados del ITD con una batería de herramientas para potenciar habilidades que pueden transformarlos en gestores de su propósito de vida.

ACUMA
Laboratorio de Incubación Empresarial para la Agroindustria

Una de nuestras estudiantes, María Manuela Sánchez, de grado 11.º, fue conferencista en TEDx Pereira. También fue ganadora del Primer Premio en 'Dosquebradas Emprendedora', por su proyecto de violines con materiales reciclados. Foto: eltiempo.com

60 estudiantes desarrollaron diversas competencias, como pensamiento creativo, capacidad investigativa y prototipado rápido.

TESTIMONIO

"Chicos que antes eran dispersos, no se concentraban y no hacían las tareas, ahora disfrutan de su proyecto, sueñan con hacer algo diferente, han cambiado su comportamiento en clase y cumplen con lo que se les pide, parecen irreconocibles".

Patricia Van Den Enden -.
Docente ITD

21 proyectos se formularon, 11 participaron en eventos, cuatro tienen actividades comerciales activas

Venta de productos de emprendedores en ferias y eventos

OTROS PROYECTOS

04

Apoyos deportivos: Aprender Jugando y Alianza Fútbol Club

Enseñar habilidades para la vida a través del juego y el deporte, a poblaciones en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

ALIANZA FÚTBOL CLUB

En el 2017
pasamos de 24 a 40 beneficiarias.

Las beneficiarias
han logrado reemplazar reacciones y vínculos violentos por actitudes deportivas

APRENDER JUGANDO

500 familias
y 700 niños en situación de vulnerabilidad se han beneficiado

El proyecto
ha logrado que los participantes fortalezcan su autoconocimiento y respeto

05
Educación agroecológica

Enseñar la relación que tienen la protección de la naturaleza con la producción de alimentos y la conservación de la vida.

25
jóvenes

de la Fundación Sinapsis, 30 integrantes del PRAE de nuestro colegio, dos escuelas de zona rural y 90 colaboradores de Efigas, en Pereira, Armenia y Manizales, participaron en nuestros procesos agroecológicos.

06
Clases comunitarias de cocina local

Enseñar maneras de usar una canasta familiar más saludable y local

18
madres

de familia del ITD y población aledaña recibieron 160 horas de formación en cocina saludable con enfoque local, certificadas por el Sena.

TESTIMONIO

"Beatriz hace comida para eventos. Doña Luz maneja grupos de la tercera edad y… ella misma prepara los refrigerios y las comidas especiales para los eventos. Gloria vende almuerzos desde su casa. Y yo he adquirido más conocimiento, además de que me han permitido explorar otras facetas de mi vida, ya que con estos cursos he aprendido a liderar procesos".

Lucía Gualteros - Madre usuaria de nuestro colegio ITD

¡Nadie lo
hace como
Frisby
lo hace!

¡Nadie lo hace como Frisby lo hace!