

IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA
EMPRESA TIEMPOS S.A.S.

Estephanie López Ariza



Universidad Pontificia Bolivariana

Facultad de Psicología

Seccional Bucaramanga

2019.

IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA
EMPRESA TIEMPOS S.A.S.

Estephanie López Ariza

Proyecto de grado

Modalidad de pasantía para obtener el título de Psicóloga

Director del proyecto

Ps. Claudia Milena Serrano Diaz

Docente



Universidad Pontificia Bolivariana

Facultad de Psicología

Seccional Bucaramanga

2019.

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	4
INTRODUCCIÓN.....	7
JUSTIFICACIÓN.....	9
OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL:.....	10
OBJETIVOS ESPECIFICOS:	10
MARCO CONCEPTUAL	10
METODOLOGIA.....	20
POBLACIÓN.....	20
INSTRUMENTOS.....	21
PROCEDIMIENTO	21
RESULTADOS	22
DISCUSIÓN.....	39
CONCLUSIONES.....	40
RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	44

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primer lugar a Dios, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente para empezar una nueva etapa de éxito y a mi abuelo que desde el cielo me acompaña en este proceso.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a la mejor supervisora de proyecto, quien con su conocimiento y su guía fue una pieza fundamental para que pudiera desarrollar una clave de hechos que fueron imprescindibles para cada etapa de desarrollo del trabajo.

Especialmente, quiero agradecer a mi base de todo, a mi familia, principalmente a mis padres, que quienes con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor; a mis hermanos que son el ejemplo a seguir de dedicación, constancia y persistencia, también a mi esposo que ha sido un pilar de motivación para poder lograr este triunfo.

Por último a mis compañeros de la empresa TIEMPOS, con quienes a través del tiempo fuimos fortaleciendo una amistad y creando una familia, muchas gracias por toda su colaboración, por convivir todo este tiempo conmigo, por compartir experiencias, alegrías, frustraciones, llantos, tristezas, peleas, celebraciones y múltiples factores que ayudaron a que hoy seamos como una familia, por aportarme confianza y por crecer juntos en este proyecto, muchas gracias.

¡Muchas gracias por todo!

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA TIEMPOS S.A.S.

AUTOR(ES): ESTEPHANIE LOPEZ ARIZA

PROGRAMA: Facultad de Psicología

DIRECTOR(A): CLAUDIA MILENA SERRANO DIAZ

RESUMEN

Desarrollar este trabajo consistió en el resultado de las actividades desarrolladas durante los seis meses al interior de la organización Tiempos S.A.S - Bogotá, mediante la modalidad de pasante de psicología. Este proyecto se direcciona hacia la implementación de un Manual de Cultura Organizacional, el cual contribuye al mejoramiento de la cultura Organizacional e identidad de la empresa. Este proceso se orienta bajo un objetivo principal de Implementar un Manual de Cultura Organizacional en la empresa TIEMPOS S.A.S, a partir de los siguientes objetivos específicos: (I) Diseñar el manual de cultura organizacional con diferentes variables que fortalezcan la cultura e identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S. (II) Implementar el manual de cultura organizacional para fortalecer la identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando mayor efectividad en el servicio. (III) Sensibilizar a los líderes de cada una de las secciones sobre los contenidos del manual y diferentes variables de bienestar laboral que influyan en la productividad de los empleados de la empresa TIEMPOS S.A.S. (IV) Evaluar el impacto del Manual de Cultura Organizacional para fortalecer la identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S. (V) Apoyar los procesos de selección, contratación, capacitación y bienestar de la empresa TIEMPOS S.A.S., a su vez reforzar diferentes campos que Influyen en el área de bienestar laboral las cuales influyen en el crecimiento personal y profesional del pasante.

PALABRAS CLAVE:

Manual, cultura organizacional, selección, identidad, bienestar, Comunicación.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: IMPLEMENTATION OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE MANUAL IN THE COMPANY TIEMPOS S.A.S

AUTHOR(S): ESTEPHANIE LOPEZ ARIZA

FACULTY: Facultad de Psicología

DIRECTOR: CLAUDIA MILENA SERRANO DIAZ

ABSTRACT

The present work of degree which is equivalent to the effort made during the past six months in internship mode in the company Tiempo S.A.S – Bogotá. This project is directed towards the implementation of an organizational culture manual, which contributes to the improvement of culture and identity with the company. This process is guided by a main objective of implementing an organizational culture manual in the company TIEMPOS S.A.S. Based on the following specific objectives. (I) Design the manual of organizational culture with different variables that strengthen the culture and identity in the company TIEMPO S.A.S. (II) Implement the organizational culture manual to strengthen the identity in the company TIEMPOS S.A.S. Generating greater effectiveness in the service. (III) Sensitize the leaders of each of the sections on the contents of the manual and different variables of work welfare that influence the productivity of the employees in the company TIEMPOS S.A.S. (IV) Evaluate the impact of organizational culture to strengthen the identity of the company TIEMPOS S.A.S ; (V) Support the process of selection, hiring, training and welfare of the company TIEMPOS S.A.S, and in turn strengthen different fields that influence the area of labor welfare which influence the personal and professional growth of the intern.

KEYWORDS:

Manual,Organizational,culture,identity,welfare,comunication

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo se evidencia el proceso de pasantía realizado y ejecutado en el departamento de gestión de talento humano y selección de la empresa TIEMPOS S.A.S en la ciudad de Bogotá, este proyecto se desarrolla bajo el objetivo principal de implementar un Manual de Cultura Organizacional que contribuya al fortalecimiento de imagen e identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S.

La sociedad se encuentra en una constante transformación y con ella las organizaciones, cada vez más se hace necesario implementar nuevas estrategias para el funcionamiento óptimo de la industria. Con base en toda la evolución que ha venido desarrollando el clima organizacional, se hace indispensable hablar de la cultura organizacional, ya que es la que moldea toda la estructura de la compañía laboral, según el autor Chiavenato (2011), refiere que toda organización tiene su cultura establecida, para ello cada uno debe comprender esta cultura. Principalmente cuando haces parte de ella “El modo que las personas interactúan en la organización, las actitudes predominantes, las suposiciones, aspiraciones y asuntos relevantes en la interacción entre los miembros forman parte de la cultura de la organización”.

De acuerdo a esta interpretación es necesario contemplar o estipular en un manual de cultura organizacional, según los autores Garibaldi, Wetzel & Ferreira (2009) lo definen como un “conjunto de significados y valores que los miembros de una organización tienen. Estos significados y valores son los bloques de construcción de Cultura Organizacional y se expresan mediante símbolos, comportamientos y estructura”.

Ahora, la relación frente al cumplimiento del objetivo de la pasantía se hace posible presentar unos resultados favorables de este proceso dando a conocer la mejora de la identidad de la empresa y las sugerencias hechas en la encuesta de satisfacción aplicadas a los empleados de la empresa.

En relación a estos conceptos toda empresa legalmente estipulada independientemente del servicio que ofrece, debe contemplar un área a bienestar laboral que se encargará de todos los procesos de estabilidad laboral en los empleados y sus diferentes ramas (salario emocional, capacitaciones, actividades lúdicas, economía familiar, pausas activas) entre otras, esto con el fin de que todos los empleados de la empresa tengan en sus jornadas laborales diferentes actividades que contribuyan con su desempeño laboral

Durante el tiempo que se realizó este trabajo de pasantía, se desarrollaron actividades netamente del área de bienestar que influyen de forma directa e indirecta el programa de bienestar como: (celebraciones de cumpleaños, pausas activas, salario emocional, actividades lúdicas), también se apoyan funciones del área de selección de personal como: (selección y contratación del personal requerido para las diferentes vacantes) siendo estas labores propias del rol psicólogo organizacional.

JUSTIFICACIÓN

Las organizaciones empresariales han evolucionado con base a la productividad y competitividad hacia la diversidad de modelos organizacionales, por esta razón en Colombia ha variado el diseño, implementación y concepción de bienestar laboral que estuvo determinada por las ideas tayloristas en las cuales se “define los criterios de justicia y responsabilidad social que deben respetar empresarios y trabajadores” (Urrea & Arango 2000, citado por Calderón, Murillo & Torres 2003, p.119).

De manera análoga es fundamental que toda empresa estipule para sus empleados su propio comportamiento organizacional. Según Robbins (2004) este es definido como un estudio acerca de la acción que realizan los empleados en la empresa y el comportamiento al desempeñar su trabajo. A partir de este análisis es posible llegar a un grado superior de identidad organizacional, deduciendo que puede existir un factor que influye el cual ocasiona la mejora del bienestar laboral llevándolo a satisfacer y motivarse en sus actividades diarias. Además, cabe resaltar que el ser humano la mayor parte de su vida interactúa entre organizaciones ya sean instituciones públicas o privadas (Chiavenato 2009).

Por tanto, la implementación del manual de Cultura Organizacional no debe excluir al personal en misión de la compañía debido a que son los principales beneficiarios del programa.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Implementar un manual de cultura organizacional para la empresa TIEMPOS S.A.S.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ✓ Diseñar el manual de cultura organizacional con diferentes variables que fortalezcan la cultura e identidad organizacional de la empresa TIEMPOS S.A.S.
- ✓ Implementar el manual de cultura organizacional para fortalecer la identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S generando mayor efectividad en su servicio.
- ✓ Sensibilizar a los líderes de cada una de las secciones sobre los contenidos del manual y diferentes variables de bienestar laboral que influyan en la productividad de los empleados de la empresa TIEMPOS S.A.S.
- ✓ Evaluar el impacto del manual de cultura organizacional para fortalecer la identidad de la empresa TIEMPOS S.A.S
- ✓ Apoyar los procesos de selección, capacitación, contratación y bienestar en la empresa TIEMPOS S.A.S.

MARCO CONCEPTUAL

Los seres humanos son la principal fuente de las organizaciones ya que son la razón del desarrollo y la respuesta a la necesidad de emplear y dar a conocer un nuevo esquema y/o producto de acuerdo al tipo de organización, pueden ser pequeñas, medianas o grandes en cuanto a su infraestructura y personal, así como pueden ser del estado o privadas. Igualmente,

el ser humano pasa a ser parte de las organizaciones en su mayoría tiempo (Chiavenato, 2009).

La preocupación en las organizaciones sobre la productividad de los empleados frente a las diferentes tareas diarias ha progresado; considerada como una de las variantes más importantes en la virtud de cada empleado, haciendo más efectiva su tarea frente a los resultados que la empresa sugiere. Así mismo se han implementado técnicas organizacionales que influyen en los niveles de productividad mayores relacionándolos con una mejor formación al programa de bienestar (Portafolio, 2014).

En relación a estos conceptos toda empresa legalmente denominada independientemente del servicio que ofrece debe contemplar un área a bienestar laboral que se encargara de todos los procesos de estabilidad laboral en los empleados en sus diferentes ramas (salario emocional, capacitaciones, actividades lúdicas, economía familiar, pausas activas) entre otras, esto con el fin de que todos los empleados de la empresa tengan en sus jornadas laborales diferentes actividades que contribuyan con su desempeño laboral.

Las empresas vislumbran el éxito en sus indicadores comerciales según el desempeño, logrando un crecimiento de infraestructura y personal siendo un avance para mantener su estatus en su línea de tiempo implementado en su misión y visión en base a sus empleados (Chiavenato, 2009, p11).

En relación a estos conceptos, toda empresa legalmente estipulada independientemente del servicio que ofrece debe contemplar un área a bienestar laboral que se encargara de todos los procesos de estabilidad laboral de los empleados en sus diferentes ramas (salario

emocional, capacitaciones, actividades lúdicas, economía familiar, pausas activas) entre otras, esto con el fin de que todos los empleados de la empresa tengan en sus jornadas laborales diferentes actividades que contribuyan con su desempeño laboral.

Con la importancia del bienestar laboral, se establece un elemento de experiencia subjetiva del trabajo; reflejando sus efectos sobre la propia organización, la productividad, los costos directos e indirectos (Duro, 2005). A su vez ésta variante va mucho más allá de un estímulo que brinda las organizaciones en el país, sus actitudes, aptitudes, destreza y las actividades que se realizan en una hora y día determinado para dispersar y volver amena la jornada laboral hacen que cada tarea a realizar sea más productiva y su desempeño mejoren (Portafolio, 2012 citado por Torres 2017). Al establecer este programa contribuye a la mejora del ambiente organizacional ya que se verá relegado en la motivación, satisfacción y mejora de la calidad de vida de los trabajadores.

Esta variable ha implementado diferentes estrategias de bienestar, la cual ha llevado a que las organizaciones y trabajadores implementen diferentes factores con la finalidad de generar un aspecto social (Torres, 2017), como una medida de autocontrol y autonomía la cual infiere en la satisfacción del trabajador con el empleo; llevan a el trabajo en equipo, incentivos por indicadores o desempeño Gadon citado por Calderón, Murillo y Torres (2003), Además los incentivos extracurriculares como en el crecimiento profesional tanto como para el empleado como para el beneficiario (familiares en primer grado) en la mejora de la calidad de vida con el apoyo de vivienda y sus aportes a la EPS; son aquellos factores que ayudan a el incremento de productividad y compromiso en el desarrollo de sus tareas diarias y así cumplir con el estándar propuesto por la empresa (Dávila, 2001; Urrea y Arango, 2000; López, 1997 citado por Calderón Murillo & Torres, 2003).

Por ende el área de bienestar debe respaldar la calidad de vida de los funcionarios de la empresa teniendo en cuenta la parte laboral, familiar, social entre otras; adicional es importante el desarrollo constante de los colaboradores por medio de una intervención que ayuden al progreso de los empleados en la compañía (Virgüez, 2009).

Reconocer al ser humano con ente integral que se direcciona bajo un programa de bienestar con la finalidad se adapta a las características sociales, físicas y psicológicas las cuales ayudan a generar un ambiente de estabilidad emocional; a su vez al desarrollar estas dimensiones en función al programa de bienestar genera una mayor productividad laboral y mayor crecimiento empresarial (Alonso & Escorcía, 2003). Al implementar diferentes estrategias se demuestra que los trabajadores se interesan por participar en diferentes actividades que otorga la empresa haciendo que se sientan parte de la organización y lograr una identidad y/o imagen corporativa (Revista semana, S.f).

De acuerdo a esta información es relevante hacer énfasis en el desarrollo de un manual que destaque la variante de cultura organizacional, para ello el autor Duhalt (1977) lo define como un documento que por medio de un contenido ordenado y sistemático con historia, instrucciones, procedimientos, políticas; los cuales se consideran indispensables para mejorar la función del trabajo.

Como se puede evidenciar con la definición anteriormente descrita; se destaca como instrumento de gran importancia en las empresas, puesto que los manuales consiguen una mayor eficiencia y productividad en el desarrollo de las tareas asignadas al empleador para lograr los objetivos planteados por la organización, cada manual sirve para dar a conocer las normas generales en un lenguaje que sea claro y fácil de entender por todos los empleados en su totalidad (administrativos, operativos y comerciales)

haciendo énfasis en formación y orientación del personal ayudando a estabilizar y controlar todos los procedimientos y posibles conflictos jerárquicos y administrativos.

Los manuales en este caso por ser una organización deben ser administrativos los cuales constituyen medios importantes para la comunicación y fueron creados bajo el campo de la organización para transmitir de manera clara y coherente la información de la organización y funcionamiento de la empresa, esto se implementa por la necesidad de contar con un documento que sustente el funcionamiento de la empresa en su infraestructura, área operativa y administrativa dando cumplimiento a los cargos y deberes principales (Duhalt, 1977).

Para ello se desarrollan diferentes funciones dentro de los manuales que provocan una acción de responsabilidad y autoridad por parte del área administrativa en este caso (Gerente y líderes de las diferentes áreas y Recursos humanos), el éxito de ejecutar estas funciones depende el gerente o directivo principal y sus líderes de las diferentes áreas mantengan un control extenso para prevenir que los trabajadores deserten y pidan la renuncia, por ende se busca un equilibrio en las actividades y mantener un seguimiento en la empresa.

Existen diferentes reglas básicas para el manejo del manual en la organización y son:

Contenido: Esta catalogado en dos fases, la primera es la clasificación hace referencia al contenido y definición del manual que se ha creado, teniendo en cuenta esto se debe implementar de la siguiente manera:

Historia de la empresa.

Organización de la empresa.

Políticas de la empresa.

Procedimientos de la empresa.

Contenido múltiple, que trate dos o más de estos temas, por ejemplo.

Manuales de puesto (precisa labores, procedimientos y rutinas de un puesto).

Manuales de técnicas (trata acerca de los principios y técnicas de una actividad determinada, por ejemplo el manual de técnica de sistemas y procedimientos).

La segunda es identificar la función específica que se va implementar, utilizando el siguiente esquema:

Ventas.

Compras.

Finanzas.

Personal.

Créditos y cobranzas.

Otras funciones.

Generales, que se ocupen de dos o más de estas áreas.

Por último delegar diferentes funciones al personal:

Los directivos tienen la responsabilidad de formular algunos indicadores políticos haciendo relación a las actividades que se van a desarrollar ejercer.

El proceso de control financiero entre otros, deben relacionarse de acuerdo con el conocimiento experiencia de la organización, con el fin de tomar las medidas requeridas relacionadas directamente con el plan que tiene cada uno de los encargados de área.

Los manuales deben estar actualizados al día, generando la socialización, cumplimiento de los objetivos y condiciones.

Teniendo en cuenta la recopilación de información anteriormente mencionada damos a conocer de manera más explícita en una imagen donde se especifica cada paso al crear el manual de la empresa TIEMPOS S.A.S.

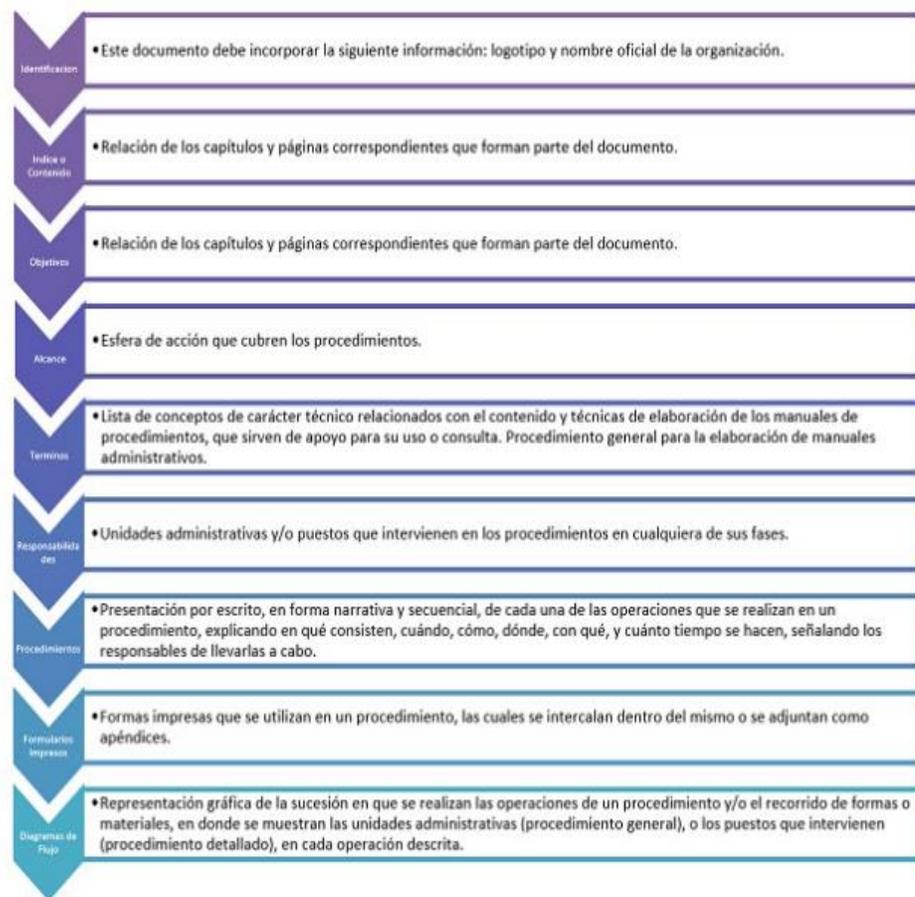


Figura 1. Contenido del Manual de Procedimiento.

Fuente: Fundación Wikimedia (2016).

De acuerdo al significado en cada uno de los imaginarios colectivos, podemos deducir que en el manual de la empresa TIEMPOS S.A.S, se van incluir como principales variables la cultura organizacional e imagen corporativa; teniendo en cuenta ésta información explicamos con claridad que la cultura organizacional según los autores (Allaíre & Irsirotu, 1984), la definen como una idea que nace a partir del concepto en el que las organizaciones pueden ser pequeñas sociedades, con leyes, estructuras, en las cuales desarrollan unos rasgos culturales.

Para Camerón (2004) la cultura organizacional parte de fundamentos antropológicos o sociológicos los cuales siguen conductas semióticas y colectivas las cuales se establecen como conocimientos o interpretaciones colectivas o individuales, las cuales se evidencian como la cualidad de un punto gestionable de la organización.

En Colombia se han realizado estudios donde se han enfocado especialmente en caracterizar a la cultura organizacional en sectores específicos de la economía (Ruiz & Naranjo, 2012). Para ello se ha hecho la revisión de (Gálvez & García, 2011) la cual estudia las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Bogotá y Cali, argumentando la asociación entre cultura y desempeño; por otra parte los autores (Calderón & Serna, 2009) dan enfoque en las empresas para identificar las relaciones entre cultura y gestión de los recursos humanos; dando a concluir que los aspectos más relevantes son la capacitación y compensación ya que se relacionan a la cultura.

Usualmente, los estudios ya revisados clasifican la cultura organizacional a través de modelos que precisan la intensidad y presencia de algunos rasgos que se podrían vincular con percepciones sobre el desempeño. Los documentos se toman del personal de gerencia sin que haya conocimiento de los trabajadores, el cual plantea una pregunta

sobre si esto es suficiente para representar la cultura organizacional o si se trata de una visión más amplia sin límites formalizando este suceso en las empresas colombianas.

En síntesis, puede señalarse una cultura que describe la parte del ambiente interno de una organización ya que éste guía su funcionamiento. En tal sentido, una cultura sólida está determinada por valores compartidos, una comunicación que permita transmisión de mensajes que la identifiquen y un liderazgo que dirija a la organización hacia un nuevo modelo de desarrollo. Entendiendo el significado de esta variable se deduce que para la empresa TIEMPOS S.A.S, la implementación de un manual de cultura organizacional con el cual se responda a la diversidad de variables que hagan parte de la necesidad de la misma, entre ellas, la imagen corporativa, siendo ésta una de las bases que se fundamenta en la empresa y es el abre bocas de los servicios que se prestan en la organización, de acuerdo a esto su brazo extensor es la política de vestuario que se implementa en la misma, puesto que la imagen que transmitan sus empleados hablan de los servicios que se prestan al público. Ésta política de vestuario será diseñada y aprobada por el gerente y a su vez implementada en distintos usos en cada una de las sucursales.

Teniendo en cuenta la recopilación de conceptos mencionados anteriormente se llega a la variable de servicio organizacional más importante, según la Defensoría del Pueblo Colombia (2014) genera un protocolo de atención al usuario en el cual desglosa cada una de las funciones que los empleados tienen en su organización y a su vez da las pautas en diferentes solicitudes de atención que el usuario necesita, ya sea medios telefónicos, presencial, virtual y por correspondencia, con la finalidad de favorecer la interacción entre los mismos, garantizando su trato digno y solidario.

Por otra parte se apoya el área de selección de personal, ya que es uno de los procesos más fluidos debido a que la empresa es una temporal de empleos y este proceso responde a la parte con mayor contingencia y rigor de la gestión integrada en el área de los recursos humanos en las organizaciones; al momento de seleccionar el personal permite que el filtro llegue a un alto rendimiento por sus cualidades, características, personalidad y experiencia mostrando una buena formación académica y laboral, para ello se plantea unos criterios para hacer este proceso de acuerdo al perfil solicitado por la empresa usuaria que en este caso es el cliente (Salgado & Moscoso, 2008).

El trabajo realizado en la empresa TIEMPOS S.A.S ubicada en la ciudad de Bogotá maneja unos criterios iniciales, dar a conocer la oferta laboral al cliente, por medio de la especificación del perfil, lo que desglosa la oferta laboral en su totalidad, dando paso a una breve entrevista presencial, la cual define y corrobora la información personal de datos sociodemográficos y experiencia laboral, filtro que permite o no la realización de las pruebas psicotécnicas y finalmente una retroalimentación , producto o insumo para enviar al cliente quien a su vez se encargará de recibir el candidato a la oferta para realizar una entrevista en profundidad permitiendo la formación de la elección mediante la aceptación de la oferta y dicha contratación (Collado, López & Prieto, 2011).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente este proceso es el que cuenta con más atención ya que es el eje principal de la organización para ello los autores (Collado. López & Prieto, 2011 p,7) lo mencionan como:

“un proceso de toma de decisiones orientado a la incorporación de los recursos humanos adecuados para resolver las necesidades de una empresa (organización cuyos objetivos específicos incluyen la obtención de beneficio económico sobre los recursos

invertidos; y en cuya estructuración, se incluye la presencia de trabajadores con relaciones reguladas por las legislaciones laborales)”

Es por esto que mi pasantía esta direccionada a la implementación de un Manual de Cultura Organizacional TIEMPOS S.A.S la cual será una guía que refuerce los hábitos, los comportamientos y las acciones de los empleados, alineando percepciones y conductas que contribuyan al fortalecimiento de la identidad, generando a su vez mayor efectividad en las labores y el aumento del sentido de pertenencia.

METODOLOGIA

El objetivo de este proceso de pasantía se ejecutó bajo la directriz del programa de bienestar, liderado por Ayda Julieth Caicedo Roa en la seccional de Medellín dando el liderazgo en todas las sedes de la empresa y a sus trabajadores administrativos, operativos y comerciales; haciendo énfasis en la salud física y mental de todos los clientes internos, promoviendo estilos de vida conforme al objetivo que tiene la organización hacia el bienestar laboral.

POBLACIÓN

El proceso de pasantía se desarrolló con la población de la empresa TIEMPOS S.A.S sede Bogotá la cual cuenta con 20 trabajadores en sus diferentes áreas (administrativas, comerciales y operativas) de los cuales 14 de ellos responderán la encuesta previamente diseñada.

INSTRUMENTOS

Inicialmente para el desarrollo de la pasantía se diseñó una encuesta que tenía como objetivo corroborar la productividad y cumplimiento de cada área de la empresa en diferentes variables al implementar un manual de cultura organizacional, ésta encuesta constaba de 5 preguntas cerradas y una abierta las cuales llegaron a ser resueltas por medio de un Formulario Drive en cada puesto de los colaboradores seleccionados, en la cual, su finalidad era obtener sugerencias que permitieran mejorar el contenido del manual, partiendo de las necesidades o intereses de cada uno de los encuestados. (Ver anexo 1)

Como segundo paso se proyectó la realización de capacitaciones sobre las variables que se están implementando en el manual (atención al usuario, cultura laboral, código de vestuario) con el fin de optimizar los parámetros de la cultura organizacional y algunas estrategias (salario emocional, motivación organizacional).

PROCEDIMIENTO

La estrategia que se utilizó para lograr el diseño e implementación del Manual de Cultura Organizacional contó con las siguientes fases:

- Fase preliminar: En este paso, se dan a conocer las necesidades de la empresa y los parámetros establecidos por el área de recursos humanos en la empresa TIEMPOS S.A.S para incluir un posible contenido.
- Fase preparatoria: Se determina el diseño del manual estableciendo las variables principales a intervenir (cultura organizacional e imagen corporativa), implementado variables extensoras que se desarrollan dentro del mismo manual.

- Fase de planeación: Se realiza una encuesta inicial para evidenciar la importancia para los trabajadores la implementación de un manual y así inferir las actividades a desarrollar en el área de bienestar laboral realizando un cronograma estipulado con fechas, asignación de actividad y personal.
- Fase de ejecución: en esta fase se establece la productividad y satisfacción de los trabajadores al ser implementado el manual, teniendo en cuenta las diferentes variables de bienestar laboral que influyen para un incremento en los indicadores de cada área participante.
- Fase de análisis: Se tienen en cuenta las respuestas realizadas en la encuesta sobre la implementación del manual de cada uno de los trabajadores que participo, insumo de trabajo que se destaca debido a la importancia ya que es la base que nos permite identificar cuáles son las variables a mejorar o dar a conocer su satisfacción por la implementación del manual.

RESULTADOS

En el siguiente apartado se exponen los resultados obtenidos durante el proceso de pasantía de acuerdo a los objetivos específicos que fueron planteados inicialmente junto con el producto de las labores desempeñadas en el departamento de gestión humana.

Diseño del Manual de cultura Organizacional.

Este es el primer objetivo específico que se cumple de acuerdo a las necesidades identificadas y con base a las políticas de la empresa. Es aquí donde se logra definir las principales variables para la construcción del manual; siendo la cultura organizacional uno de los conceptos dinámicos que mantiene el ambiente interno en la organización, ya que guía

todo su funcionamiento desde los cimientos de la organización, además es la que determina unos valores que son fundamentales como la comunicación que es la base para transmitir mensajes que la logren identificar un liderazgo el cual pueda orientar la organización hacia un desarrollo para un modelo de mejora; obligatoriamente de la imagen corporativa ya que es la que permite conocer la organización como empresa de servicios.

De esta manera se empiezan a indagar diferentes factores que se incluirán en el contenido del manual para los trabajadores TIEMPOS S.A.S donde ellos puedan identificar la historia, políticas, responsabilidad social, política de vestuario, bienestar laboral (salario emocional y motivación organizacional) todo esto con el fin de establecer la satisfacción de los trabajadores frente a la ejecución en sus tareas laborales y así mismo sensibilizar sobre lo que se ira a implementar en la empresa. (Ver anexo 2)

Encuesta inicial sobre el manual de cultura organizacional.

Este proceso es uno de los objetivos planteados que se agrupa a la base de implementación del manual, esta encuesta arroja diferentes resultados provenientes de los 14 trabajadores, en los que se observan diferentes respuestas a si es o no viable o no el funcionamiento del manual.

Figura 1

Encuesta del manual de cultura organizacional. – ¿Sabe usted que es el manual de cultura organizacional?

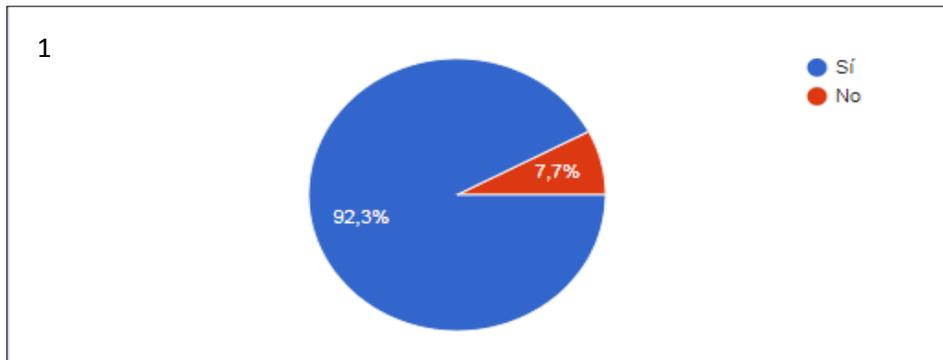


Figura 1. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephane López.

Se evidencia en la figura 1 anteriormente ilustrada, los resultados arrojados de la primera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 92.3% favorable, para la muestra sobre el conocimiento de un manual de cultura organizacional.

Figura 2

Segunda pregunta de la encuesta.- ¿Cuándo ingreso a la empresa recibió alguna inducción acerca de los manuales, políticas y beneficios de la compañía?

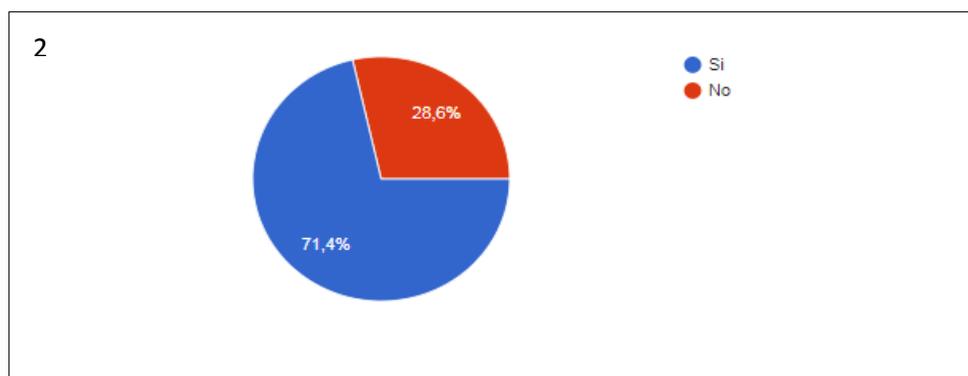


Figura 2. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

Se evidencia en la figura 2 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la segunda pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 71.4% favorable para la muestra al indicar que en el ingreso a la empresa recibió alguna inducción.

Figura 3

Tercera pregunta de la encuesta.- ¿Dentro de su experiencia laboral ha tenido la oportunidades de conocer manuales de cultura organizacional?

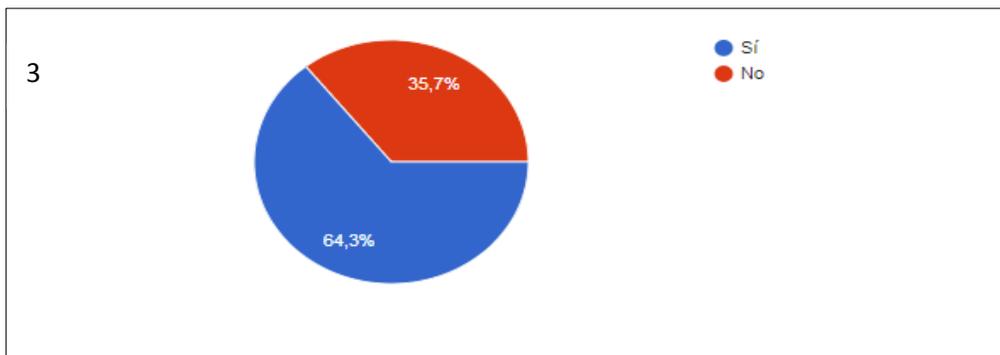


Figura 3. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López.

Se evidencia en la figura 3 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 64.3% favorable para la muestra al indicar que dentro de su experiencia ha tenido la oportunidad de conocer manuales de cultura organizacional.

Figura 4

Cuarta pregunta de la encuesta.- ¿Ha trabajado en empresas donde esté regido por manuales de cultura organizacional?

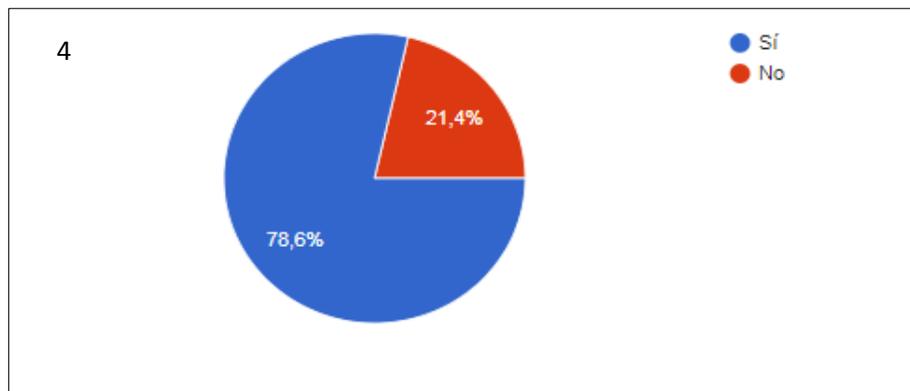


Figura 4. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

Se evidencia en la figura 4 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 78.6% favorable para la muestra al indicar que los trabajadores se han regido por manuales de cultura en anteriores empresas.

Figura 5

Quinta pregunta de la encuesta.- ¿Considera usted que los manuales de cultura organizacional son importantes para el funcionamiento, disciplina e imagen de la empresa?

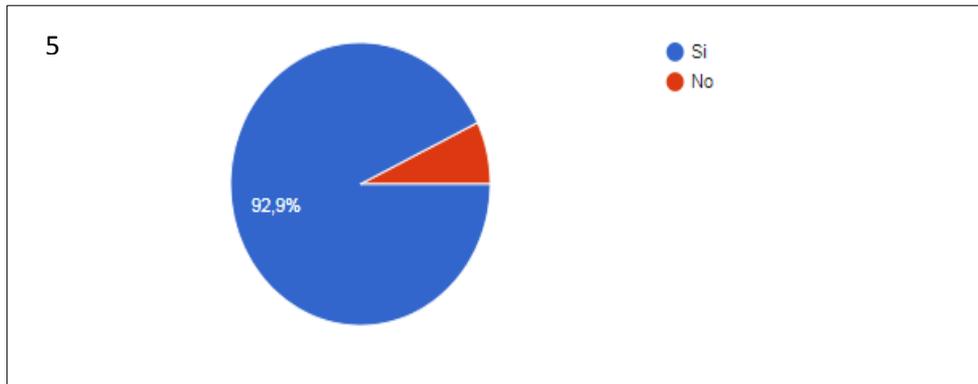


Figura 5. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

Se evidencia en la figura 5 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la quinta pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 92.9% favorable para la muestra al indicar que es importante el manual de cultura organizacional para el funcionamiento, disciplina e imagen para la empresa.

Encuesta final sobre la implementación el manual de cultura organizacional.

Este es uno de los objetivos planteados, de acuerdo a la implementación del manual se logra ejecutar una encuesta final en la cual 14 trabajadores dan su opinión sobre la satisfacción de ejecutar el manual.

Figura 1

Encuesta del manual de cultura organizacional. – ¿Al implementar el manual se cumplieron sus expectativas en el funcionamiento, disciplina e imagen de la empresa?

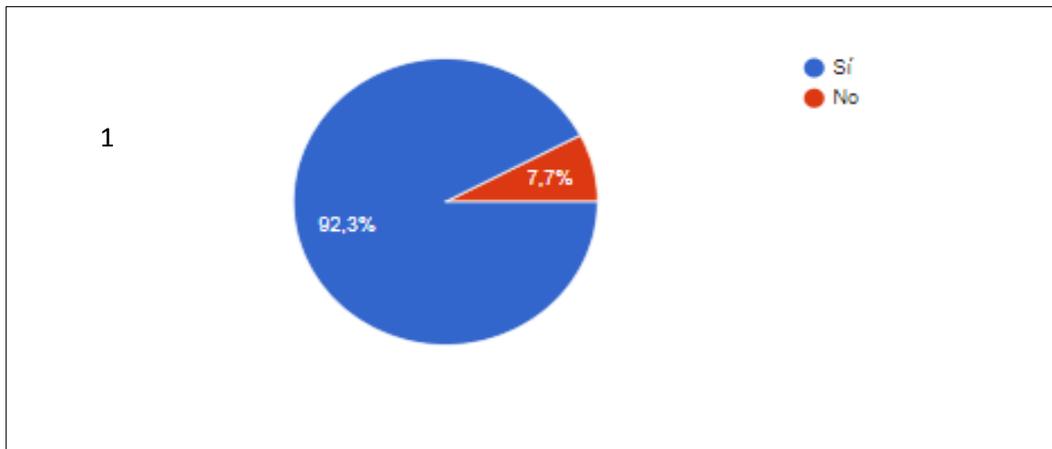


Figura 1. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephania López

Se evidencia en la figura 1 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la primera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 92.3% favorable, para la muestra sobre el cumplimiento en el funcionamiento, disciplina e imagen de la empresa planteada por el manual de cultura organizacional.

Figura 2

Encuesta del manual de cultura organizacional. – ¿Considera usted que su trabajo contribuye a los objetivos planteados por el manual?

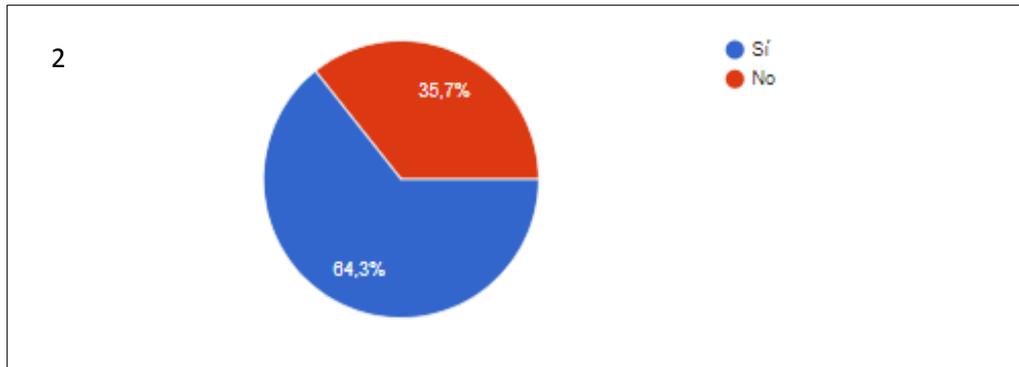


Figura 2. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephane López.

Se evidencia en la figura 2 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la segunda pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 64.3% favorable para la muestra al indicar que en el trabajo se contribuyen a los objetivos planteados por el manual.

Figura 3

Encuesta del manual de cultura organizacional. – ¿Considera usted que al haber implemnetado el manual, mejora la prodcutividad de los trabajadores y así mismo da buena imagen corporativa?.

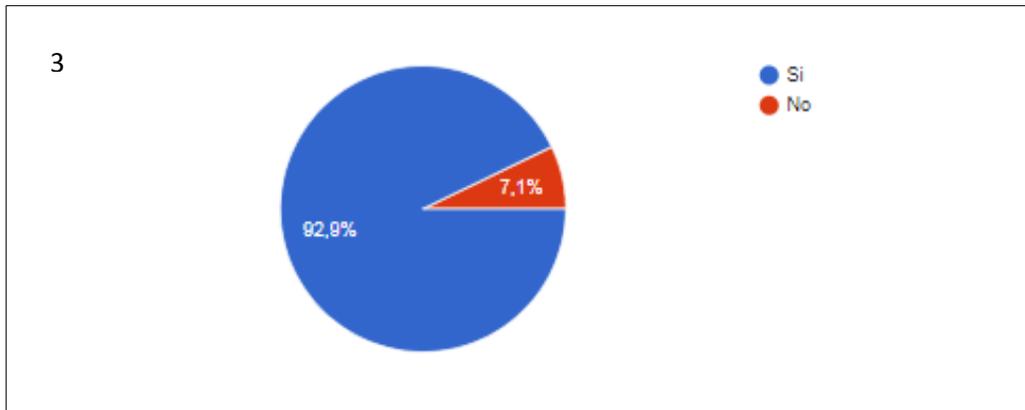


Figura 3. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephane López.

Se evidencia en la figura 3 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 92.9% favorable para la muestra al indicar al haber implementado el manual mejoro la productividad de los trabajadores y así mismo genera buena imagen corporativa para la compañía.

Figura 4

Encuesta del manual de cultura organizacional. – Cree usted que al implementar el manual, los trabajadores tienen claridad en los diferentes procesos que se deben realizar en la atención y presentación personal de la empresa?.

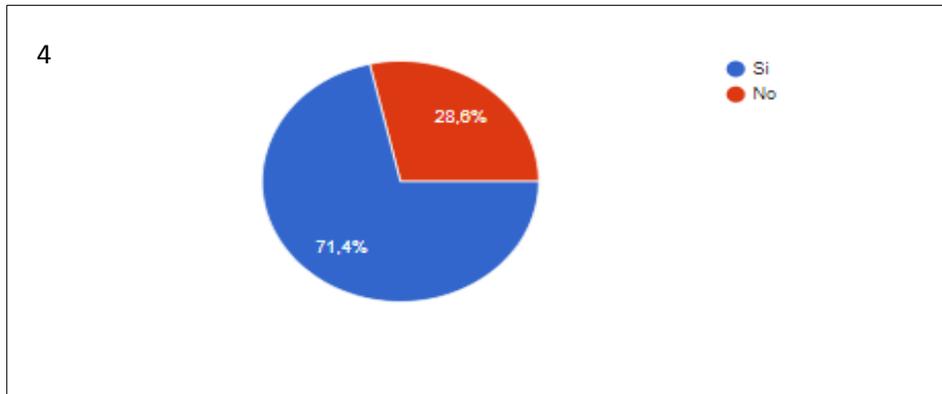


Figura 4. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana. Estephania López

Se evidencia en la figura 4 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 71.4% favorable para la muestra al indicar que al implementar que los trabajadores tiene claridad en los diferentes procesos que se deben realizar en la atención y presentación personal de la empresa.

Figura 5

Encuesta del manual de cultura organizacional. – ¿Considera usted que al implementar el manual, la empresa sí brinda el bienestar que los trabajadores consideran necesarios para generar buen clima laboral?

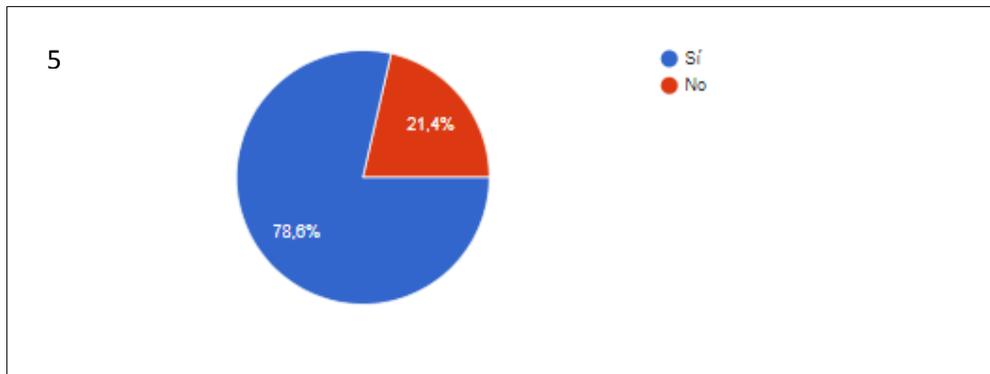


Figura 5. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephania López.

Se evidencia en la figura 5 anteriormente lustrada, los resultados arrojados de la tercera pregunta de la encuesta aplicada a 14 personas de la empresa TIEMPOS S.A.S. generando el 78.6% favorable para la muestra al indicar que al implementar el manual la empresa si brinda el bienestar que los trabajadores consideran necesarios para generar buen clima laboral.

En relación al diseño e implementación del manual también se realizaron diferentes actividades que ayudaron al desarrollo y crecimiento del proceso de pasantía a nivel profesional y del área de bienestar que influyen a mejorar la calidad de vida de los trabajadores al interior de la organización. A continuación se hace una breve descripción de las actividades descritas en el párrafo anterior:

- Programar la capacitación de sismos
- Realizar un base de trabajadores con datos sociodemográficos (Ver anexo 3).
- Apoyar las cotizaciones, logística y envío de los detalles de las fechas especiales (Ver anexo 4). ... Halloween, almuerzo de fin de año y hora de spa
- Desarrollo de una actividad lúdica por caja de compensación COMPENSAR a los trabajadores y familiares sede Bogotá.

Apoyo a los procesos de selección y contratación de las diferentes empresas usuarias.

Tabla 1

Procesos de selección y contratación mes de octubre 2018.

EMPRESAS	CARGO	PERSONAL PRESENTADO (SELECCIÓN)	PERSONAL CONTRATADO
ADIDAS	VISUAL	3	3
ARTEMIS	MERCHANDISAING	10	6
INTI GROUP	ASESOR COMERCIAL	5	4
CRYSTAL	ASESOR COMERCIAL	25	24
ESTUDIO DE MODA	ASESOR COMERCIAL	20	11

Tabla 1. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

La Tabla 1. Muestra las diferentes empresas, procesos y cargos que se desarrollaron a lo largo de la pasantía en el mes de octubre del año 2018, con el fin de ejecutar la operación de selección contratación.

Tabla 2

Procesos de selección y contratación mes de noviembre 2018.

EMPRESAS	CARGO	PERSONAL PRESENTADO (SELECCIÓN)	PERSONAL CONTRATADO
TECNO ALUM	ASESOR	2	1
	COMERCIAL		
ARTEMIS	ASESOR	4	3
	COMERCIAL		
INTI GROUP	ASESOR	3	3
	COMERCIAL		
CRYSTAL	ASESOR	70	68
	COMERCIAL		
ESTUDIO DE MODA	ASESOR	40	26
	COMERCIAL		

Tabla 2. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

La Tabla 2. Muestra las diferentes empresas, procesos y cargos que se desarrollaron a lo largo de la pasantía en el mes de noviembre del año 2018, con el fin de ejecutar la operación de selección contratación.

Tabla 3

Procesos de selección y contratación mes de diciembre 2018.

EMPRESAS	CARGO	PERSONAL PRESENTADO (SELECCIÓN)	PERSONAL CONTRATADO
TECNO ALUM	ASESOR COMERCIAL	2	2
RAGGED	ASESOR COMERCIAL	15	11
ARTEMIS	ASESOR COMERCIAL	2	1
INTI GROUP	ASESOR COMERCIAL	5	3
CRYSTAL	ASESOR COMERCIAL	40	38
ESTUDIO DE MODA	ASESOR COMERCIAL	70	35
ESTUDIO DE MODA	CAJERO	18	5
ESTUDIO DE MODA	CONSERJE	24	2

Tabla 3. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

La Tabla 3. Muestra las diferentes empresas, procesos y cargos que se desarrollaron a lo largo de la pasantía en el mes de diciembre del año 2018, con el fin de ejecutar la operación de selección contratación.

Tabla 4

Procesos de selección y contratación mes de enero 2019

EMPRESAS	CARGO	PERSONAL PRESENTADO (SELECCIÓN)	PERSONAL CONTRATADO
ADIDAS	ASESOR COMERCIAL	11	11
RAGGED	ASESOR COMERCIAL	5	3
FAST WASH	OPERADOR DE LAVADO	10	7
INTI GROUP	ASESOR COMERCIAL	6	2
CRYSTAL	ASESOR COMERCIAL	30	26
PHAX	ASESOR COMERCIAL	1	1
ESTUDIO DE MODA	ASESOR COMERCIAL	10	7
SUPERPACK	OPERARIO DE PRODUCCION	60	53

Tabla 4. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephanie López

La Tabla 4. Muestra las diferentes empresas, procesos y cargos que se desarrollaron a lo largo de la pasantía en el mes de enero del año 2019, con el fin de ejecutar la operación de selección contratación.

Tabla 5*Procesos de selección y contratación mes de febrero 2019*

EMPRESAS	CARGO	PERSONAL PRESENTADO (SELECCIÓN)	PERSONAL CONTRATADO
ADIDAS	ASESOR COMERCIAL	3	1
RAGGED	ASESOR COMERCIAL	2	1
TECNO ALUM	ASESOR COMERCIAL	10	6
FAST WASH	OPERADOR DE LAVADO	15	12
INTI GROUP	ASESOR COMERCIAL	4	2
CRYSTAL	ASESOR COMERCIAL	7	5
ESTUDIO DE MODA	ASESOR COMERCIAL	10	3

Tabla 5. Realizada por estudiante de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Estephane López

La Tabla 5. Muestra las diferentes empresas, procesos y cargos que se desarrollaron a lo largo de la pasantía en el mes de febrero del año 2019, con el fin de ejecutar la operación de selección contratación.

DISCUSIÓN

Este proceso de pasantía se planteó inicialmente bajo el objetivo de diseñar e implementar un manual de cultura organizacional en cual que contribuya al mejoramiento de la calidad laboral de los trabajadores de la empresa TIEMPOS S.A.S, el cual se expone bajo los resultados obtenidos, dando valor a la teoría ya que es la que nos dirige a realizar dichas actividades para dar buenos frutos; siendo así la participación fue la considerada teniendo en cuenta el ritmo de trabajo que se conlleva en la empresa con un 40% de la población que representa a 14 personas relacionada con las 20 personas que representa el 100% de la población y a su vez generar este tipo de cambio para ellos ya que es el primer acercamiento a la implementación del Manual de cultura organizacional.

Para lograr el éxito en esta implementación es importante identificar las variables relevantes para su ejecución ya que permite fomentar un buen desarrollo en los cargos e imagen de la empresa (Duhalt, 1977)., Se brindó la oportunidad dando el espacio para que los trabajadores dieran su punto de vista y su vez se sintieran importantes en el proceso que se estaba realizando en la identificación de la percepción mediante los comentarios que corresponden al 20% de la participación sobre la encuesta que permite evaluar este impacto y obtener herramientas para seguir trabajando en pro del bienestar laboral de los empleados.

CONCLUSIONES

La forma de contribuir al desempeño laboral y productividad del trabajador además de aportar al mejoramiento de su calidad de vida a través de un incentivo y motivación diferente a la representación monetario, como consecuencia de lo expuesto se evidencia que al implementar el manual de cultura organizacional en la empresa TIEMPOS S.A.S. genera gran participación por parte de los trabajadores y a su vez los resultados son satisfactorios; considerando que el inicio del proyecto fue tedioso por el tipo de empresa ya que es prestadora de servicios y al ir desarrollando cada variable del manual se logra implementarlo, en el lapso de tiempo aproximadamente de 4 meses, con el seguimiento y orientación del personal de bienestar que ayudo a tener claridad en las variables a trabajar y así tener mayor comprensión , agilidad y facilidad durante este proceso. Sin embargo, es importante resaltar el compromiso que tiene la empresa TIEMPOS S.A.S para con estas prácticas que se buscan mantener en el tiempo.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que TIEMPOS S.A.S es una empresa que permanece en constante crecimiento y se caracteriza por ser prestadora de empleo; en búsqueda de mejorar la prestación de su servicio de calidad, es importante nutrir el manual con las sugerencias, necesidades e intereses de los propios trabajadores, al igual que encontrar la mejor forma de involucrar al personal para tener mayor efectividad en los procesos.

REFERENCIAS

- Calderón, G., Murillo, S & Torres, K. (2003). Cultura organizacional y bienestar laboral. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe*, 16(25), 109-137.
- Calderón, G., Murillo, S & Torres, K. (2003). Cultura organizacional y bienestar laboral. *Cuadernos de administración*. 11(25), 109-137.
- Collado, M., López, G. & Prieto, J. (2011). *Guía Técnica y de Buenas Prácticas en Reclutamiento y Selección de Personal (R&S)*. Madrid: Colegio oficial de psicólogos Madrid.
- Defensoría del Pueblo Colombia. (2014). *Protocolo general de atención al usuario*. Recuperado de <http://www.defensoria.gov.co/es/public/atencionciudadanoa/6339/Protocolo-General-de-Atenci%C3%B3n-al-Usuario.htm>.
- Duhalt, M. (1977). El manual como herramienta de comunicación. En: M. Duhalt, ed., *Los manuales administrativos*, 2nd ed. Mexico: Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, pp.244-247. Recuperado de: http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/est_sis/12.pdf
- Duro, A. (2005). Calidad de Vida Laboral y Psicología Social de la Salud en el Trabajo hacia un modelo de componentes comunes para explicar el bienestar laboral psicológico y la salud mental de origen psicosocial. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 56(1), 57-98.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México D.F, México: The McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011) *Administración de Recursos Humanos*. México DF, México: McGraw Hill.

Salgado, J. & Moscoso, S. (2008). Selección de personal en la empresa y las aapp: de la visión tradicional a la visión estratégica. *Papeles del Psicólogo*, 29(1), 16-24.

Portafolio (2014). *El bienestar de los empleados*. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/bienestar-empleados-59924>

Revista Semana. (s.f). Por qué los millenials no duran en sus trabajos. Obtenido de <http://goo.gl/dFlaVj>.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson. Prentice.Hall.

Torres, S, (2017). *El bienestar laboral en las empresas como responsabilidad social empresarial en Colombia*. (Trabajo de grado Administración de Negocios). Universidad de San Buenaventura Colombia, Facultad de Ciencias Empresariales, Medellín.

Vivanco, M. (2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Universidad y Sociedad*, 9(2), 247-252. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.

Virgüez, A. (2009). Guía Para Diseño Programa De Bienestar Laboral Sector Docente. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles190204_archivo_pdf_guia_programa.pdf.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de manual de cultura organizacional

PREGUNTAS RESPUESTAS 14

ENCUESTA MANUAL CULTURA ORGANIZACIONAL

Descripción del formulario

1 Sabe usted que es el manual de cultura organizacional?

Sí

No

2 Cuando ingreso a la empresa recibí alguna inducción acerca de los manuales, políticas y beneficios de la compañía? *

Sí

No

3 Dentro de su experiencia laboral ha tenido la oportunidad de conocer manuales de cultura organizacional? *

Sí

No

...

4 Ha trabajado en empresas donde esté regido por manuales de cultura organizacional? *

Sí

No

5 Considera usted que los manuales de cultura organizacional son importantes * para el funcionamiento, disciplina e imagen de la empresa?

Sí

No

De ser si la respuesta, mencione por que?

Texto de respuesta larga

Menciona 2 aspectos positivos y 2 aspectos negativos sobre el manual de cultura organizacional *

Texto de respuesta larga

Encuesta de implementación del manual de cultura organizacional

PREGUNTAS RESPUESTAS 14

ENCUESTA IMPLEMENTACION MANUAL CULTURA ORGANIZACIONAL

Descripción del formulario

1 Al implementar el manual se cumplieron sus expectativas en el funcionamiento,

Sí

No

2 Considera usted que su trabajo contribuye a los objetivos planteados por el *

Sí

No

3 Considera usted que al haber implementado el manual mejora la productividad de los trabajadores y así mismo da buena imagen corporativa? *

Si

No

4 Cree usted que al implementar el manual los trabajadores tiene claridad en los diferentes procesos que se deben realizar en la atención y presentación personal de la empresa? *

Si

No

5 Considera usted que al implementar el manual la empresa sí brinda el bienestar que los trabajadores consideran necesarios para generar buen clima laboral? *

Sí

No

Anexo 2. Manual de cultura organizacional

MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA TIEMPOS

S.A.S



Fecha de elaboración: Diciembre 2018

MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL

EMPRESA TIEMPOS S.A.S

*Nota: En el caso de las Dependencias y Entidades se considera el nombre y la Firma del Titular de las mismas

Elaboró	Aprobó	Válido
Estephanie López Ariza (NOMBRE Y FIRMA) Pasante de psicología UPB	Carolina Piñeros (NOMBRE Y FIRMA) Jefe de gestión humana	Ayda Julieth Caicedo (NOMBRE Y FIRMA) Jefe de gestión humana

CONTENIDO

I. NORMA ISO 9000	49
II. OBJETIVOS Y FUNCIONES.....	50
INTRODUCCIÓN.....	51
I.I ANTECEDENTES HISTÓRICOS	52
I.II MISIÓN	52
IV.II VISIÓN	52
IV.IV POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE LOS TITULARES TIEMPOS S.A.S.	53
I. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO.....	54
II. MARCO LEGAL.....	54
III. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	54
IV. DEFINICIONES	55
V. PRINCIPIOS	56
VI. DERECHOS DEL TITULAR DE LA INFORMACIÓN:.....	58
VII.DEBERES DE LA COMPAÑÍA COMO RESPONSABLE Y ENCARGADA DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES.....	59
VIII. AUTORIZACIÓN Y CONSENTIMIENTO DEL TITULAR	61
VIII. TRATAMIENTO AL CUAL SERÁN SOMETIDOS LOS DATOS Y FINALIDAD DEL MISMO.....	63
XI.SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y MEDIDAS DE SEGURIDAD	65
XII.RESPONSABLE Y ENCARGADO DEL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES.....	66
XIII. VIGENCIA	66
IV.V RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	66
VI. IMAGEN CORPORATIVA.	69

I. NORMA ISO 9000

Este Manual tendrá un enfoque en la norma básica Internacional (isoo 9000) la cual contiene los conceptos y definiciones que se aplican en todas las normas de gestión de la calidad y las normas de sistemas de gestión de la calidad desarrolladas por el Comité Técnico ISO/TC 176, y otras normas de SGC sectoriales basadas en aquellas normas, en el momento de su publicación.

A su vez especificará los principios fundamentales de la gestión de la calidad que son universalmente aplicables en:

- Búsqueda de éxito sostenido por medio de la implementación de un sistema de gestión de la calidad.
- Consecución de confianza en la capacidad de una organización para proporcionar regularmente productos y servicios conforme a sus requisitos.
- Mejoramiento en los canales y procesos de comunicación mediante el entendimiento común del vocabulario utilizado en la gestión de la calidad.
- Desarrollo y capacidad de realizar evaluaciones que permitan la certificación frente a los requisitos de la Norma ISO 9001.

El manual está direccionado en implementar estrategias en pro de un mejor sistema de gestión de calidad y así poder generar confianza y calidad en los servicios que brinda la organización.

II. OBJETIVOS Y FUNCIONES.

El manual de cultura organizacional, es un documento normativo de gestión, el cual tiene la capacidad de guiar y posicionar a cualquier persona dentro de la organización, permitiendo el desarrollo y buenas prácticas:

- Definir e implementar la cultura organizacional en cada uno de los empleados de la organización.
- Establecer un código de vestuario adaptado a las diferentes ciudades.
- Favorecer el desarrollo de las funciones operativas y administrativas; como las relaciones interpersonales, comunicación asertiva, para capacitar y orientar permanentemente a cada funcionario de la empresa.
- Optimizar la atención al usuario como variable fundamental y fuerte de la empresa hacia sus clientes.
- Desarrollar variables que mantengan una efectividad en el sistema interno y de control para optimizar cada tarea estipulada.

El Manual de Cultura Organizacional, es de aplicación obligatoria de todo personal activo de la organización TIEMPOS S.A.S.

INTRODUCCIÓN

El Manual de Cultura Organizacional tiene como objetivo básico, brindar una visión integral a todos los funcionarios de la empresa. La creación de este manual, radica en la importancia de integrar a todas las áreas en la promoción y uso de una cultura organizacional, y en los beneficios que trae consigo a todos los ámbitos de nuestra vida laboral, De esta manera, éste documento contempla en su contenido; introducción, antecedentes, política legal, organigramas, objetivos y funciones, imagen corporativa y bienestar laboral.

El diseño y difusión de este documento, obedecen a la intención de especificar, por escrito, su organización y con ello contribuir a fortalecer la coordinación del personal que la compone, ilustrar su identidad dentro del contexto general al que corresponde, y ser útil como material de consulta y conocimiento al personal de nuevo ingreso, y/o a los integrantes de cualquier otra adscripción de la propia.

Cabe resaltar que, este contenido quedará sujeto a todos los cambios siempre y cuando se necesiten en la parte de desarrollo y estructuración, con la finalidad de que sea un instrumento actualizado y eficaz para su funcionamiento.

I.I ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Tiempos S.A.S. surgió en 1984 en la ciudad de Medellín, Colombia, para satisfacer las necesidades en talento humano de sus empresas usuarias, y ser promotores del talento humano en Colombia.

En el 2013 tuvo un cambio de identidad, dándole un aire de modernidad y cercanía con sus empleados.

Hoy se posiciona entre las primeras 30 mejores empresas del país en el sector de temporalidad, y cuenta con presencia física en Medellín, Rionegro, Cali, Bogotá, Barranquilla y Eje Cafetero, para dar una atención al 90% del territorio colombiano.

I.II MISIÓN

Satisfacer las necesidades en Talento Humano y Procesos de Gestión Humana de nuestros Clientes con oportunidad y calidad; a tarifas razonables, fundamentados en un servicio de excelencia y apalancado por la capacidad de gestión de nuestro capital humano.

IV.II VISIÓN

En el 2020, Tiempos S.A.S. será reconocida y valorada por su oferta de servicio, apalancada en su estrategia digital y un talento humano comprometido con los propósitos de la organización.

IV.IV POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DE LOS TITULARES TIEMPOS S.A.S.

Dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ley estatutaria 1581 de 2012 y a su Decreto Reglamentario 1377 de 2013, TIEMPOS S.A.S. adopta la presente política para el tratamiento de datos personales, la cual será aplicada a todos los titulares de los datos recolectados o que en el futuro se obtengan en el ejercicio de las actividades comerciales o laborales.

De esta manera, TIEMPOS S.A.S. manifiesta que garantiza los derechos de la privacidad, la intimidad, el buen nombre y la autonomía en el tratamiento de los datos personales, y en consecuencia todas sus actuaciones se regirán por los principios de legalidad, finalidad, libertad, veracidad o calidad, transparencia, acceso y circulación restringida, seguridad y confidencialidad. Todas las personas que en desarrollo de diferentes actividades contractuales, comerciales, laborales, entre otras, sean permanentes u ocasionales, llegaran a suministrar a TIEMPOS S.A.S. cualquier tipo de información o dato personal, podrá conocerla, actualizarla y rectificarla.

I. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA: TIEMPOS S.A.S, que en adelante se denominará LA COMPAÑÍA, de nacionalidad Colombiana y, con domicilio en la ciudad de Medellín, con N.I.T. 890.937.070-7, Empresa de Servicios Temporales con autorización de funcionamiento por medio de la Resolución No. 00118 de Marzo 16 de 1984 expedida por Ministerio de trabajo y Seguridad social, Sociedad representada por JORGE HERNAN RUA RAMIREZ, , hombre, mayor de edad, vecino de la ciudad de Medellín, identificado con la cédula de ciudadanía número 71.753.218

DOMICILIO Y DIRECCIÓN: LA COMPAÑÍA tiene su domicilio en la ciudad de Medellín, y su sede principal se encuentra ubicada en la carrera 46 No. 52-36, piso 3, Edificio Vicente Uribe Rendon. CORREO ELECTRÓNICO: Johan.Alvarez@tiempos.co
TELEFÓNO: (57-4) 5766900 Ext 169.

II. MARCO LEGAL

Constitución Política, artículo 15. Ley 1266 de 2008 Ley 1581 de 2012 Decretos Reglamentarios 1727 de 2009 y 2952 de 2010, Decreto Reglamentario parcial 1377 de 2013 Sentencias C – 1011 de 2008, y C - 748 del 2011, de la Corte Constitucional.

III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente política será aplicable a los datos personales registrados en cualquier base de datos de LA COMPAÑÍA cuyo titular sea una persona natural.

IV. DEFINICIONES

Para los efectos de la presente política y en concordancia con la normatividad vigente en materia de protección de datos personales, se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

Autorización: Consentimiento previo, expreso e informado del Titular para llevar a cabo el Tratamiento de datos personales. **Aviso de privacidad:** Comunicación verbal o escrita generada por el Responsable, dirigida al Titular para el tratamiento de sus datos personales, mediante la cual se le informa acerca de la existencia de las políticas de tratamiento de información que le serán aplicables, la forma de acceder a las mismas y las finalidades del tratamiento que se pretende dar a los datos personales.

Base de Datos: Conjunto organizado de datos personales que sea objeto de tratamiento.

Causahabiente: persona que ha sucedido a otra por causa del fallecimiento de ésta (heredero).

Dato personal: Cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o varias personas naturales determinadas o determinables.

Dato público: Es el dato que no sea semiprivado, privado o sensible. Son considerados datos públicos, entre otros, los datos relativos al estado civil de las personas, a su profesión u oficio ya su calidad de comerciante o de servidor público. Por su naturaleza, los datos públicos pueden estar contenidos, entre otros, en registros públicos, documentos públicos, gacetas y boletines oficiales y sentencias judiciales debidamente ejecutoriadas que no estén sometidas a reserva.

Datos sensibles: Se entiende por datos sensibles aquellos que afectan la intimidad del Titular o cuyo uso indebido puede generar su discriminación, tales como que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva intereses de

cualquier partido político o que garanticen los derechos y garantías de partidos políticos de oposición, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual, y los datos biométricos.

Encargado del Tratamiento: Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, realice el Tratamiento de datos personales por cuenta del Responsable del Tratamiento. **Responsable del Tratamiento:** Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, decida sobre la base de datos y/o el Tratamiento de los datos. **Titular:** Persona natural cuyos datos personales sean objeto de Tratamiento. **Tratamiento:** Cualquier operación o conjunto de operaciones sobre datos personales, tales como la recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión. **Transferencia:** la transferencia de datos tiene lugar cuando el responsable y/o encargado del tratamiento de datos personales, ubicado en Colombia, envía la información o los datos personales a un receptor, que a su vez es responsable del tratamiento y se encuentra dentro o fuera del país.

Transmisión: tratamiento de datos personales que implica la comunicación de los mismos dentro o fuera del territorio de la República de Colombia cuando tenga por objeto la realización de un tratamiento por el encargado por cuenta del responsable.

V. PRINCIPIOS

Para efectos de garantizar la protección de datos personales, LA COMPAÑIA aplicará de manera armónica e integral los siguientes principios, a la luz de los cuales se deberá realizar el tratamiento, transferencia y transmisión de datos personales:

Principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos: El tratamiento de datos es una actividad reglada, la cual deberá estar sujeta a las disposiciones legales vigentes y aplicables rigen el tema.

Principio de finalidad: la actividad del tratamiento de datos personales que realice LA COMPAÑÍA a la cual tuviere acceso, obedecerán a una finalidad legítima en consonancia con la Constitución Política de Colombia, la cual deberá ser informada al respectivo titular de los datos personales.

Principio de libertad: el tratamiento de los datos personales sólo puede realizarse con el consentimiento, previo, expreso e informado del Titular. Los datos personales no podrán ser obtenidos o divulgados sin previa autorización, o en ausencia de mandato legal, estatutario, o judicial que releve el consentimiento.

Principio de veracidad o calidad: la información sujeta a Tratamiento de datos personales debe ser veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible. Se prohíbe el Tratamiento de datos parciales, incompletos, fraccionados o que induzcan a error.

Principio de transparencia: En el tratamiento de datos personales, LA COMPAÑÍA garantizará al Titular su derecho de obtener en cualquier momento y sin restricciones, información acerca de la existencia de cualquier tipo de información o dato personal que sea de su interés o titularidad.

Principio de acceso y circulación restringida: El tratamiento de datos personales se sujeta a los límites que se derivan de la naturaleza de éstos, de las disposiciones de la ley y la Constitución. En consecuencia, el tratamiento sólo podrá hacerse por personas autorizadas por el titular y/o por las personas previstas en la ley. Los datos personales, salvo la información pública, no podrán estar disponibles en internet u otros medios de divulgación o comunicación masiva, salvo que el acceso sea técnicamente controlable para brindar un conocimiento restringido sólo a los titulares o terceros autorizados conforme a la ley. Para estos propósitos la obligación de LA COMPAÑÍA, será de medio.

Principio de seguridad: la información sujeta a tratamiento por LA COMPAÑÍA , se deberá manejar con las medidas técnicas, humanas y administrativas que sean necesarias para otorgar seguridad a los registros evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.

Principio de confidencialidad: Todas las personas que en LA COMPAÑÍA, administren, manejen, actualicen o tengan acceso a informaciones de cualquier tipo que se encuentre en Bases de Datos, están obligadas a garantizar la reserva de la información, por lo que se comprometen a conservar y mantener de manera estrictamente confidencial y no revelar a terceros, toda la información que llegaren a conocer en la ejecución y ejercicio de sus funciones; salvo cuando se trate de actividades autorizadas expresamente por la ley de protección de datos. Esta obligación persiste y se mantendrá inclusive después de finalizada su relación con alguna de las labores que comprende el Tratamiento.

VI. DERECHOS DEL TITULAR DE LA INFORMACIÓN: De acuerdo con lo contemplado por la normatividad vigente aplicable en materia de protección de datos, los siguientes son los derechos de los titulares de los datos personales:

a. Acceder, conocer, actualizar y rectificar sus datos personales frente a la COMPAÑÍA en su condición de responsable del tratamiento. Este derecho se podrá ejercer, entre otros, frente a datos parciales, inexactos, incompletos, fraccionados, que induzcan a error, o aquellos cuyo tratamiento esté expresamente prohibido o no haya sido autorizado.

b. Solicitar prueba de la autorización otorgada a LA COMPAÑÍA para el tratamiento de datos, mediante cualquier medio válido, salvo en los casos en que no es necesaria la autorización.

c. Ser informado por LA COMPAÑÍA, previa solicitud, respecto del uso que le ha dado a sus datos personales.

d. Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, o la entidad que hiciere sus veces, quejas por infracciones a lo dispuesto en la ley 1581 de 2012 y las demás normas que la modifiquen, adicionen o complementen, previo trámite de consulta o requerimiento ante LA COMPAÑÍA.

e. Revocar la autorización y/o solicitar la supresión del dato cuando en el Tratamiento no se respeten los principios, derechos y garantías constitucionales y legales.

f. Acceder en forma gratuita a sus datos personales que hayan sido objeto de tratamiento, al menos una vez cada mes calendario, y cada vez que existan modificaciones sustanciales de la presente política que motiven nuevas consultas. Estos derechos podrán ser ejercidos por:

- El titular, quien deberá acreditar su identidad en forma suficiente por los distintos medios que le ponga a disposición LA COMPAÑÍA
- Los causahabientes del titular, quienes deberán acreditar tal calidad.
- El representante y/o apoderado del titular, previa acreditación de la representación o apoderamiento.
- Otro a favor o para el cual el titular hubiere estipulado.

VII. DEBERES DE LA COMPAÑÍA COMO RESPONSABLE Y ENCARGADA DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES

LA COMPAÑÍA reconoce la titularidad que de los datos personales ostentan las personas y en consecuencia ellas de manera exclusiva pueden decidir sobre los mismos. Por lo tanto, LA COMPAÑÍA utilizará los datos personales para el cumplimiento de las

finalidades autorizadas expresamente por el titular o por las normas vigentes. En el tratamiento y protección de datos personales, LA COMPAÑÍA tendrá los siguientes deberes, sin perjuicio de otros previstos en las disposiciones que regulen o lleguen a regular esta materia:

- a.** Garantizar al titular, en todo tiempo, el pleno y efectivo ejercicio del derecho de hábeas data.
- b.** Solicitar y conservar, copia de la respectiva autorización otorgada por el titular para el tratamiento de datos personales.
- c.** Informar debidamente al titular sobre la finalidad de la recolección y los derechos que le asisten en virtud de la autorización otorgada.
- d.** Conservar la información bajo las condiciones de seguridad necesarias para impedir su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.
- e.** Garantizar que la información sea veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible.
- f.** Rectificar la información cuando sea incorrecta y comunicar lo pertinente.
- g.** Respetar las condiciones de seguridad y privacidad de la información del titular.
- h.** Tramitar las consultas y reclamos formulados en los términos señalados por la ley.
- I.** Identificar la información se encuentra en discusión por parte del titular.
- j.** Informar a solicitud del titular sobre el uso dado a sus datos.
- k.** Informar a la autoridad de protección de datos cuando se presenten violaciones a los códigos de seguridad y existan riesgos en la administración de la información de los titulares.
- l.** Cumplir los requerimientos e instrucciones que imparta la Superintendencia de Industria y Comercio sobre el tema en particular.

- m.** Usar únicamente datos cuyo tratamiento esté previamente autorizado de conformidad con lo previsto en la ley 1581 de 2012.
- n.** Velar por el uso adecuado de los datos personales de los niños, niñas y adolescentes, en aquellos casos en que se entra autorizado el tratamiento de sus datos.
- o.** Registrar en la base de datos las leyenda "reclamo en trámite" en la forma en que se regula en la ley.
- p.** Insertar en la base de datos la leyenda "información en discusión judicial" una vez notificado por parte de la autoridad competente sobre procesos judiciales relacionados con la calidad del dato personal.
- q.** Abstenerse de circular información que esté siendo controvertida por el titular y cuyo bloqueo haya sido ordenado por la Superintendencia de Industria y Comercio
- r.** Permitir el acceso a la información únicamente a las personas que pueden tener acceso a ella.
- S.** Usar los datos personales del titular sólo para aquellas finalidades para las que se encuentre facultada debidamente y respetando en todo caso la normatividad vigente sobre protección de datos personales.

VIII. AUTORIZACIÓN Y CONSENTIMIENTO DEL TITULAR

LA COMPAÑÍA requiere del consentimiento libre, previo, expreso e informado del titular de los datos personales para el tratamiento de los mismos, excepto en los casos expresamente autorizados en la ley, a saber:

- a. Información requerida por una entidad pública o administrativa en ejercicio de sus funciones legales o por orden judicial.
- b. Datos de naturaleza pública.
- c. Casos de urgencia médica o sanitaria.

d. Tratamiento de información autorizado por la ley para fines históricos, estadísticos o científicos.

e. Datos relacionados con el Registro Civil de las Personas.

Manifestación de la autorización

La autorización a LA COMPAÑÍA para el tratamiento de los datos personales será otorgada por:

- El titular, quien deberá acreditar su identidad en forma suficiente por los distintos medios que le ponga a disposición LA COMPAÑÍA
- Los causahabientes del titular, quienes deberán acreditar tal calidad.
- El representante y/o apoderado del titular, previa acreditación de la representación o apoderamiento.
- Otro a favor o para el cual el titular hubiere estipulado.

Medios para otorgar la autorización

LA COMPAÑÍA obtendrá la autorización mediante diferentes medios, entre ellos el documento físico, electrónico, mensaje de datos, Internet, Sitios Web, o en cualquier otro formato que en todo caso permita la obtención del consentimiento mediante conductas inequívocas a través de las cuales se concluya que de no haberse surtido la misma por parte del titular o la persona legitimada para ello, los datos no se hubieran almacenado o capturado en la base de datos.

La autorización será solicitada por LA COMPAÑÍA de manera previa al tratamiento de los datos personales.

Prueba de la autorización

LA COMPAÑÍA conservará la prueba de la autorización otorgada por los titulares de los datos personales para su tratamiento, para lo cual utilizará los mecanismos disponibles a

su alcance en la actualidad al igual que adoptará las acciones necesarias para mantener el registro de la forma y fecha y en la que obtuvo ésta. En consecuencia LA COMPAÑÍA podrá establecer archivos físicos o repositorios electrónicos realizados de manera directa o a través de terceros contratados para tal fin.

Revocatoria de la autorización

Los titulares de los datos personales pueden en cualquier momento revocar la autorización otorgada a LA COMPAÑÍA para el tratamiento de sus datos personales o solicitar la supresión de los mismos, siempre y cuando no lo impida una disposición legal o contractual. LA COMPAÑÍA establecerá mecanismos sencillos y gratuitos que permitan al titular revocar su autorización o solicitar la supresión sus datos personales, al menos por el mismo medio por el que lo otorgó.

Por lo anterior, deberá tenerse en cuenta la revocatoria del consentimiento puede expresarse, por una parte, de manera total en relación con las finalidades autorizadas, y por lo tanto LA COMPAÑÍA deberá cesar cualquier actividad De tratamiento de los datos; y por la otra de manera parcial en relación con ciertos tipos de tratamiento, en cuyo caso serán estos sobre los que cesarán las actividades de tratamiento, como para fines publicitarios, entre otros. En este último caso, LA COMPAÑÍA podrá continuar tratando los datos personales para aquellos fines en relación con los cuales el titular no hubiera revocado su consentimiento.

VIII. TRATAMIENTO AL CUAL SERÁN SOMETIDOS LOS DATOS Y

FINALIDAD DEL MISMO

El tratamiento de los datos personales de empleados, ex empleados, jubilados, proveedores, contratistas, o de cualquier persona con la cual LA COMPAÑÍA tuviere

establecida o estableciera una relación, permanente u ocasional, lo realizará en el marco legal que regula la materia.

En todo caso, los datos personales podrán ser recolectados y tratados para:

- a. Realizar el envío de información relacionada con programas, actividades, noticias, contenidos por área de interés, productos y demás bienes o servicios ofrecidos por LA COMPAÑÍA.
- b. Cumplir con la normatividad vigente en Colombia.
- c. Cumplir las normas aplicables a proveedores y contratistas, incluyendo pero sin limitarse a las tributarias y comerciales.
- d. Cumplir lo dispuesto por el ordenamiento jurídico colombiano en materia laboral y de seguridad social, entre otras, aplicables a ex empleados, empleados actuales y candidatos a futuro empleo.
- e. Realizar encuestas relacionadas con los servicios o bienes de LA COMPAÑÍA.
- f. Mantener en contacto con ex empleados, empleados actuales y candidatos a futuro empleo.
- g. Informar sobre oportunidades de empleos.
- h. Cumplir todos sus compromisos contractuales.

Datos sensibles

Para el caso de datos personales sensibles LA COMPAÑÍA podrá hacer uso y tratamiento de ellos cuando:

- a. El titular haya dado su autorización explícita, salvo en los casos que por ley no sea requerido el otorgamiento de dicha autorización.
- b. El tratamiento sea necesario para salvaguardar el interés vital del Titular y este se encuentre física o jurídicamente incapacitado. En estos eventos, los representantes legales deberán otorgar su autorización.

- c. El tratamiento sea efectuado en el curso de las actividades legítimas y con las debidas garantías por parte de una fundación, ONG, asociación o cualquier otro organismo sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, siempre que se refieran exclusivamente a sus miembros o a las personas que mantengan contactos regulares por razón de su finalidad. En estos eventos, los datos no se podrán suministrar a terceros sin la autorización del titular.
- d. El Tratamiento se refiera a datos que sean necesarios para el reconocimiento, ejercicio o defensa de un derecho en un proceso judicial.
- e. El Tratamiento tenga una finalidad histórica, estadística o científica. En este evento deberán adoptarse las medidas conducentes a la supresión de identidad de los titulares. Sin perjuicio de las excepciones previstas en la ley, en el tratamiento de datos sensibles se requiere la autorización previa, expresa e informada del titular, la cual deberá ser obtenida por cualquier medio que pueda ser objeto de consulta y verificación posterior.

XI. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y MEDIDAS DE SEGURIDAD

Dando cumplimiento al principio de seguridad establecido en la normatividad vigente, LA COMPAÑÍA adoptará las medidas técnicas, humanas y administrativas que sean necesarias para otorgar seguridad a los registros evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.

XII. RESPONSABLE Y ENCARGADO DEL TRATAMIENTO DE DATOS

PERSONALES

LA COMPAÑÍA será la responsable del tratamiento de los datos personales. El departamento jurídico será el encargado del tratamiento de los datos personales, por cuenta de LA COMPAÑÍA.

XIII. VIGENCIA

La presente política rige a partir del 11 de marzo de 2016.

IV.V RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Estamos comprometidos con la contribución social para nuestro país. Como entidad reconocida por promover el empleo vamos más allá de nuestra responsabilidad con nuestros clientes y empleados en misión. Creemos que tenemos un compromiso firme en la contribución al mejoramiento socioeconómico de nuestra sociedad

Alcance:

Incluye a organizaciones sociales, fundaciones y entidades sin ánimo de lucro legalmente constituidas a partir de un marco de actuación serio, responsable y transparente para el cumplimiento de su misión social.

Enfoque:

Las líneas de intervención social determinadas por TIEMPOS S.A.S están ligadas con su estrategia empresarial, la razón social de la compañía y el interés de los socios como una forma de retribuir a la sociedad a partir de la gestión empresarial desarrollada por más de 33 años.

Presupuesto:

Los aportes realizados se determinarán por parte del Comité de Gerencia en el presupuesto anual de la compañía para cada periodo fiscal.

Aportes y destinación:

Dichos aportes tendrán una distribución de acuerdo con los criterios del Comité de Gerencia con base en las líneas de intervención y las organizaciones que se determinen serán beneficiadas.

Líneas de intervención:

En la actualidad y con base en la tradición de la compañía se trabajado con Ayuda Humanitaria y Social, Construcción Tejido Social, Empleo, Educación y Deporte acorde con la naturaleza de la organización.

Estas líneas de intervención social podrán ser evaluadas año a año con el objetivo de medir el impacto de las acciones y los resultados esperados con base en el aporte realizado por TIEMPOS S.A.S.

Informes:

Las organizaciones objeto de los aportes enviarán informes anuales sobre la gestión realizada con dichos aportes con el objetivo de sustentar y soportar la gestión desarrollada.

Reconocimiento e imagen corporativa:

Las organizaciones sociales apoyadas determinarán las formas de reconocimiento y difusión de imagen previa consulta el Gerente General esto con el fin de mantener un perfil adecuado al estilo corporativo.

Participación:

En las actividades de RSE – Responsabilidad Social Empresarial se motivara, participa y desarrolla de forma voluntaria y altruista con la participación activa y pasiva de los socios, empleados y aliados de TIEMPOS S.A.S.

Gestión Actual:

Actualmente hemos trabajado con la Fundación “Las Golondrinas” vinculados al proyecto Centro de atención para la primera infancia Las Llanaditas con la esperanza de mejorar la calidad de vida de los niños acogidos por esta fundación.

Nuestro compromiso se extiende al Sur oeste antioqueño donde apoyamos proyectos destinados a promover la danza y el interés social por medio de la fundación Sueños por Colombia.

VI. IMAGEN CORPORATIVA.

La imagen corporativa, es el conjunto de percepciones que tienen las personas sobre una empresa o marca. Es decir, es la forma en que esas personas interpretan el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones, emitidas por la marca o empresa.

Esas percepciones y asociaciones que se hacen de la marca en base a sus atributos, beneficios y actitudes, van a servir para generar un vínculo favorable o no, hacia ella, ya sea de actitud o de comportamiento.

En definitiva, la imagen corporativa es el significado que tiene la empresa para el público, y a diferencia de la identidad corporativa, es un factor externo y más difícilmente controlable.

De hecho, la imagen que se crea en la mente del público no siempre se genera por los mensajes emitidos por la empresa, sino que es habitual que lo que piensan tanto los consumidores, como los no consumidores de una marca, provenga de multitud de fuentes, como las opiniones de otros o lo que se dice en los medios.

Teniendo en cuenta el entorno tan cambiante y competitivo en el que se mueven las empresas hoy en día, es fundamental contar con una imagen corporativa muy fuerte, que les permita destacar y diferenciarse del resto.

De acuerdo a esta información TIEMPOS S.A.S. ya cuenta con su imagen corporativa, está establecida por medio de:

ESLOGAN



LOGOTIPO Y NOMBRE



TIPOGRAFÍA

La tipografía que se debe utilizar siempre en nuestros comunicados es Arial. El tamaño sugerido para el tipo de letra es 12, pero esto depende de lo que estemos trabajando. Usar la plantilla de presentaciones en PowerPoint definida por comunicaciones corporativas.

CÓDIGO DE VESTUARIO.

El significado del código de vestuario dentro de la empresa permite tener precisión sobre el estilo que deben llevar los empleados y cómo puede aportar al mejoramiento de la productividad, las tendencias varían de acuerdo a la organización, cambios estructurales o el clima de la ciudad; sin embargo la forma de portar un traje genera gran impacto frente a la relación con los clientes tanto internos como externos, así como en sus relaciones con el resto de la socialización con el resto de organizaciones.

Es indispensable establecer un código de vestuario para lograr una coherencia en el aspecto actitud y compromiso de los funcionarios hacia la organización; este código de vestuario suele ser distinto en función del sector en el que se trabaja. Cada actividad puede requerir de un vestuario totalmente distinto en función de las tareas a desempeñar dentro de la empresa.

El código de vestuario puede convertirse en una herramienta de incremento a la productividad. La evolución de la moda ha dado lugar a una relación por parte de las empresas. La gran cantidad y variedad de prendas de vestir que hay en la actualidad permiten espacios y permisos para ellos como para ellas. Se pueden ver muchos ambientes de trabajo que permiten o impiden el uso de artículos o complementos al elegantes con una gran variedad de vestuarios distintos.

Desde el punto de vista del empresario, establecer el uso del uniforme puede responder a varios motivos:

- 1.- Obligación legal, como veremos es la principal motivación y también causa de frecuentes conflictos;

- 2.- Seguridad e higiene: prendas de trabajo que protegen y previenen accidentes laborales;
- 3.- Comodidad: prendas de trabajo holgadas y resistentes ayudan a los empleados a sentirse más protegidos y cómodos;
- 4.- Publicidad: las prendas de trabajo, con notables distintivos o colores, pueden identificar claramente a la empresa.
- 5.- Camiseta de la empresa: el hecho de que los integrantes del equipo vistan el mismo uniforme contribuye a crear sensación de pertenencia.

IMPLEMENTACIÓN DE UNIFORME

Es un traje especial que usan los miembros de una organización que los distinguen de otras empresas, y se caracteriza por ser un conjunto estandarizado de ropa usado mientras participan en la actividad laboral; además es un traje peculiar y distintivo que por establecimiento o concesión lo usan los trabajadores para así poder generar una buena imagen corporativa prestadora de servicios.

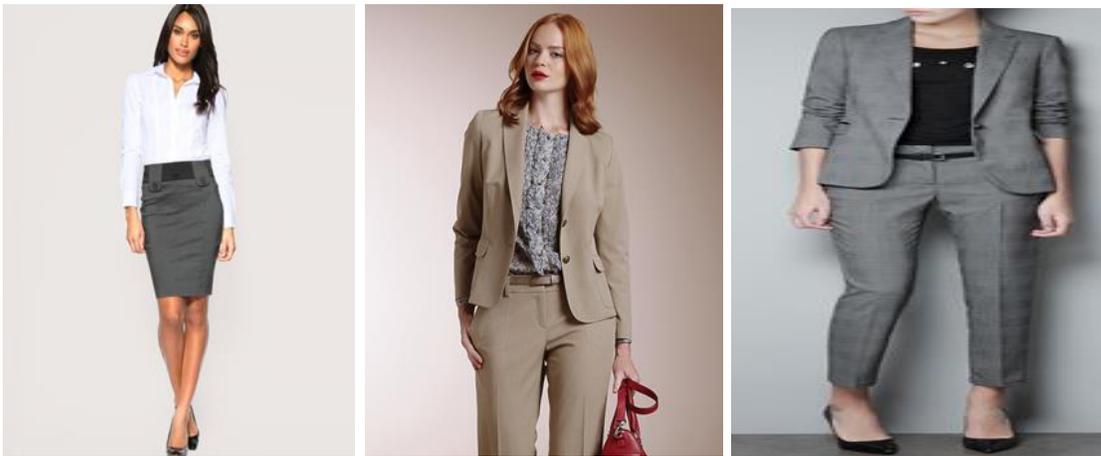
El vestuario laboral es una parte primordial en el trabajo diario ya que este sustituye a la ropa personal y está diseñada para trabajar en condiciones extremas, evitando daños y protegiendo al trabajador del entorno, su función es evitar daños en el cuerpo de quién lo lleva y proteger al trabajador de cualquier infección que pudiera existir en el entorno, El vestuario laboral que se elija para el trabajador debe ser cómodo y sobre todo ser la más adecuada para el trabajo.

PROTOCOLO DE VESTUARIO SEDE BOGOTÁ.

En el ambiente empresarial, la imagen que proyectamos es un aspecto fundamental del cómo nos perciben tanto clientes internos como externos y nos vincula a Tiempos, por lo cual la forma en que vestimos, hablamos, nos presentamos con los clientes y en nuestras instalaciones habla de nuestra identidad y la de la compañía que representamos.

Tiempos debe proyectar una imagen limpia, sólida, confiable, moderna, y es fundamental que nuestro talento humano lo irradie a través de un excelente código de buen vestir.

VESTUARIO MUJERES (LUNES A JUEVES)



- Camisas de manga larga o corta de un solo tono o con estampados discretos a rayas o cuadros.

- Chaquetas casuales o suéteres de un solo tono. No se permite el uso de chompas o chaquetas deportivas.
- Pantalones de corte casual, de dril, pana, corduroy o tipo jean en colores discretos sin desteñidos o desgastes.
- No se permite el uso de pantalones o camisas ceñidas.
- Calcetines largos del mismo color del pantalón o de los zapatos.
- No se permite el uso de calzado deportivo ni de tenis de ningún color.
- No se permite el uso de camisetas sin cuello.
- No se permite el uso de ningún tipo de bluyín (índigo).

(VIERNES Y SÁBADOS)



- Camisas de manga corta, tipo polos o camisetas.
- Chaquetas casuales o chaqueta deportivas.
- Pantalones tipo jean sin rotos.
- Calzado deportivo tenis.

VESTUARIO HOMBRES (LUNES A JUEVES)



- Camisas de manga larga de un solo tono o con estampados discretos a rayas o cuadros.

- Chaquetas casuales o suéteres de un solo tono. No se permite el uso de chompas o chaquetas deportivas.
- Pantalones de corte casual, de dril, pana, corduroy o tipo jean en colores discretos sin desteñidos o desgastes.
- No se permite el uso de pantalones o camisas ceñidas.
- Calcetines largos del mismo color del pantalón o de los zapatos.
- No se permite el uso de calzado deportivo ni de tenis de ningún color.
- No se permite el uso de camisetas sin cuello.
- No se permite el uso de ningún tipo de bluyín (índigo).

(VIERNES Y SÁBADOS)



- Camisas de manga corta, tipo polos o camisetas.

- Chaquetas casuales o chaqueta deportivas.
- Pantalones tipo jean sin rotos.
- Calzado deportivo tenis.

EL MAQUILLAJE

Existen maquillajes apropiados para cada ocasión, para cada tipo de rostro. En el ambiente laboral se requiere de un maquillaje discreto, duradero, con colores suaves que combinen con el tipo de vestimenta que se tiene puesta.

No es recomendable usar tonos muy brillantes de día, sino mate y aplicados de manera apropiada. No es recomendable ir al lugar de trabajo sin este, pues una cara lavada no atrae ni da mejor impresión que una persona que se vea bien maquillada y sumada a esto tenga una vestimenta adecuada a la ocasión.

La naturalidad en el rostro es respetable según creencias de muchos, pero no es apropiada por imagen de la empresa.

ATENCIÓN AL USUARIO

ATRIBUTOS DEL BUEN SERVICIO

El personal vinculado a la organización que interactúe con las empresas y candidatos a través de los diferentes canales de atención debe actuar de manera:

•**Respetuosa**: reconociendo y valorando a todos los candidatos como seres humanos titulares de Derechos sin distinción alguna.

•**Amable**: saludando y despidiéndose de manera cortés y durante la interacción con la empresa o candidato, evitando respuestas frías y ligeras.

•**Confiable**: mostrando tener pleno conocimiento sobre los perfiles, procesos, formatos, trámites y servicios, y siguiendo el procedimiento establecido.

•**Solidaria**: percibiendo lo que siente en este caso el candidato, se poniéndose en su lugar y esmerándose por ayudarlo de manera efectiva.

•**Incluyente**: ofreciendo atención con la misma calidad a todas las empresas usuarias y candidatos sin distinción, no obstante realizando una mirada integral de la realidad de cada persona para garantizar una atención especializada a quien lo requiera.

•**Oportuna**: la respuesta a la solicitud del servicio o requerimiento debe darse dentro de los términos establecidos o en el tiempo acordado con la empresa, durante las horas establecidas el personal debe permanecer en su puesto de trabajo y en caso de ausentarse debe quedar un compañero encargado para garantizar la continuidad del servicio.

•**Honesta**: cuando la respuesta es negativa frente a lo solicitado por el cliente o trabajador, el personal debe ser claro y preciso evitando rodeo; no obstante en temas específicamente de salud como los exámenes médicos requeridos para darle continuidad al proceso se reserva el resultado.

•**Efectiva**: anticipándose y satisfaciendo las necesidades de las empresas y candidatos, resolviendo lo pedido de manera completa y eficaz.

PROCEDIMIENTO PARA LA ATENCIÓN DE CONSULTAS Y RECLAMOS

a. Consultas: Los titulares o sus causahabientes podrán consultar la información personal del titular que repose en LA COMPAÑÍA, quien suministrará toda la información contenida en el registro individual o que esté vinculada con la identificación del Titular.

b. Reclamos: El Titular o sus causahabientes que consideren que la información contenida en una base de datos debe ser objeto de corrección, actualización o supresión, o cuando adviertan el presunto incumplimiento de cualquiera de los deberes contenidos en la ley, podrán presentar un reclamo ante LA COMPAÑÍA, el cual será tramitado.

LENGUAJE

Este es el principal recurso que hace posible la comunicación, por lo tanto el lenguaje utilizado con el usuario del servicio debe cumplir con ciertos elementos para garantizar la efectiva comunicación, y en consecuencia la buena atención.

Es por esto que:

- El lenguaje siempre debe ser respetuoso, claro y sencillo, evitando tecnicismos que confundan al cliente o candidato.
- Vocalizar de manera clara para que el mensaje sea comprensible por el usuario.
- Evitar tutear y utilizar términos cariñosos para referirse al usuario. El respeto no significa confianza.
- El personal debe dirigirse siempre al cliente o candidato como señor y señora y cuando éste se presente llamarlo por el nombre que él utiliza para identificarse y no necesariamente como aparece en el documento de identidad, con el fin de mostrar respeto y reconocimiento.
- No utilizar abreviaturas y de ser necesaria explicarse el significado de la misma.

ACTITUD

La psicología ha identificado tres fases de la actitud, las cuales deben coincidir en la atención al usuario de la empresa, teniendo en cuenta que es la entidad prestadora de servicios que protege y defiende los derechos del trabajo, y que por ende el personal vinculado debe reconocerlos, y las fases son:

Ideativo: tener el pensamiento del buen servicio, lo cual no se ve pero sí dispone la actitud que se va a reflejar, y constituye el deber ser de la atención.

Emocional: sentir que se está haciendo lo debido.

Conductual: es la expresión real de la actitud mediante la postura corporal, el tono de voz y los gestos.

Por ende la atención que brinda la empresa debe estar libre de actitudes y comportamientos que reproducen prácticas discriminatorias, tales como prejuicios y estereotipos en razón del sexo, orientación sexual, raza, etnia, religión, edad, origen familiar o regional, posición política o filosófica, apariencia física, condiciones físicas o psicológicas, entre otras.

BIENESTAR LABORAL

El bienestar laboral se ha entendido de forma generalizada como todo aquello que la organización le brinda al colaborador y que está fuera de lo referente directamente a su tarea dentro de esta. Las expresiones del bienestar laboral que se han popularizado a lo largo del tiempo son los beneficios, programas de salud, incentivos y primas.

Para ello la empresa ha planteado una estrategia de motivación organizacional que consiste en generar técnicas para mantener y hacer crecer la organización, la motivación de los trabajadores la cual se ve reflejada en los indicadores obtenidos y crear una imagen corporativa y trascienden a los intereses profesionales y particulares de los trabajadores. Una línea importante de motivación es la capacitación, esto garantiza que el talento humano cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias para optimizar sus labores y profesionalizarlas dentro de la empresa, de igual forma reconocer los logros es una recompensa al cumplimiento de metas y compromiso, este reconocimiento debe ser público y tangible por medio de diplomas, viajes, cuadro de honor y/o obsequios.

El dinero suele utilizarse como el mayor motivador, sin embargo reconocer los esfuerzos y logros de los trabajadores en diferentes técnicas motivadoras genera mayor

entusiasmo, producción, competitividad y disminuye la rotación de personal; a continuación se destacan algunas formas de motivación para los trabajadores:

-Horarios: si bien es cierto según la normatividad Colombiana los empleados deben cumplir con un número de horas semanales que estipula la ley (48 horas semanales), en este caso como técnica de motivación el empleador puede acordar con el trabajador horarios en caso se ha implementado en que los trabajadores el último viernes del mes salgan temprano y es denominado como (Viernes de hora feliz), lo anterior con el fin de que este tiempo libre se pueda dedicar a actividades personales, familiares y/o de capacitación.

-Reconocimiento: hacer un reconocimiento público al buen trabajo, tiene mucho significado para el trabajador, reconocer sus logros hace que se siente parte de la compañía y lo impulsa para continuar desarrollando sus labores con eficiencia, estos reconocimientos pueden hacerse utilizando el correo corporativo, la cartelera informativa o una eventual reunión o comité en el que se invite al trabajador para el reconocimiento.

-Proyecciones futuras: Dar a conocer a que los trabajadores conozcan los planes a mediano y largo plazo que tiene la organización y con ello manifestarles que son parte de estos proyectos para los cuales es necesario contar con su trabajo, eficacia y permanencia, es un excelente motivador puesto que los hace sentir parte de los proyectos.

-Delegar tareas: Encargar tareas a los trabajadores indica que los directivos tienen fe en sus labores y que creen en sus capacidades de igual forma al aumentar su responsabilidad se siente comprometido por sacar adelante la tarea asignada.

-Buen trato: un clima organizacional sano, en el cual la comunicación favorece las actividades y las relaciones interpersonales facilita la producción e integración de las diferentes áreas, lo cual incrementa los buenos resultados, la creatividad y rendimiento.

-Pequeñas celebraciones: en ocasión de celebrar el cierre de un nuevo negocio, la ampliación de las instalaciones, la apertura de una nueva sede, ingreso de personal nuevo etc, el empleador puede compartir con los colaboradores un almuerzo, una cena, una tarde de café, esto irá forjando un estrecho vínculo de compañerismo y lealtad, actualmente la empresa ejecuta estas actividades con celebración cumpleaños, comisión por cumplimiento de indicadores, celebración de fechas especiales (fin de año, halloween, día de la mujer, del hombre, amor y amistad).

-Beneficios en especie: el uso de bonos para almacenes de cadena, boletas para actividades, servicios médicos, bonos de cumpleaños son algunos de los beneficios que satisfacen necesidades del trabajador y por supuesto son un motivador por excelencia, esto a la vez genera mayor compromiso en los colaboradores.

-Instalaciones: cuando se cuenta con instalaciones amplias, limpias, con excelentes condiciones de iluminación favorece el clima organizacional y por supuesto el desarrollo de las actividades, adicional a esto contar con puestos de trabajo aseados y con las suficientes herramientas que se requieren en cada área promueve el trabajo en equipo, optimización de recursos y trabajo en armonía.

Así mismo la calidad de vida laboral y el bienestar social son aspectos que van ligados, los cuales mantienen un buen clima organizacional implementando el mejoramiento continuo, acompañamiento al trabajador, capacitación, formación y la importancia de compartir las responsabilidades generando así sentido de pertenencia y desarrollo profesional, estos temas se abordan en el tema bienestar laboral en el cual se muestra cómo las empresas se hacen conscientes de la labor social empresarial que ocupan frente a la comunidad que integra la compañía.

Anexo 4. Actividades de bienestar

Almuerzo de Amor y Amistad – MES DE SEPTIEMBRE



Celebración de Halloween – MES DE OCTUBRE



Celebración de cumpleaños a los trabajadores de la empresa



Celebración de Fin de año – MES DE DICIEMBRE

