

CODIGO DE ETICA DISTRIBUXIONES AXA S.A.

GESTION ESTRATEGICA

MARIA CLAUDIA LOTE R. CC 39.545.715  
FLOR MARINA BUSTACARA G. CC. 35.526.537

Presentado a:  
ARIEL ALFONSO REYES C.

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y  
DE NEGOCIOS- ECAEN  
BOGOTA  
2009

## TABLA DE CONTENIDO

3.	Introducción	3
4.	Objetivos	4
5.	Justificación	5
6.	Formulación del problema	6
6.1.	Sistematización del problema	6
6.2	Diagnostico	6
7.	Marco teórico	7- 8
8.	Marco conceptual	9-10
9.	Marco legal	11
10.	Presentación de la empresa	12
10.1	Reseña histórica Distribuciones Axa S.A.	12
10.2	Características de la organización	13
10.2.1	Ubicación	13
10.2.2	personal	13
10.2.3	Clientes	13
10.2.4	Filiales	13
10.2.5.	Cubrimiento	14
10.2.6	Proveedores	14
10.2.7	Nuestros proveedores	14
10.2.8	Productos que ofrece Distribuciones Axa S.A.	15
10.2.9	Jornadas Laborales	15
10.3	Misión	15
10.4	Visión	15
10.5	Organigrama	16
10.6	Política ambiental	16
10.7.	Código de ética	17
10.7.1	Considerando que distribuciones AXA	17
10.7.2	Ámbito de acción	18
10.7.3	Nuestros principios rectores	19
10.7.3.1	Los principios rectores son	19
10.7.4	Del conflicto interés en general	20
10.7.5	Del comportamiento en sitio de trabajo	21
10.7.6	De las relaciones Distribuciones AXA S.A. con sus clientes	22
10.7.7	De las relaciones de los proveedores don D. Axa	23-24
10.7.8	Pautas de sanción disciplinaria	25
10.7.9	Alcances de las decisiones del comité disciplinario	26
10.7.10	Alternativas de decisión del comité	26
10.7.11	Sanciones para colaboradores	27
10.7.12	Sanciones para proveedores	27-28
11	Conclusiones	29
12.	Recomendaciones	30-31
13	Bibliografía	32

### **3. INTRODUCCION**

El documento se realizo porque mediante los datos que nos arrojaron los estudios anteriores propuestos por el profesor de gerencia estratégica responsable en la empresa objetivo, en este caso Distribuciones Axa.S.A., se determino que tiene falencias internas con su recurso humano, entonces para mejorar la imagen corporativa de la empresa se toma la decisión de investigar sobre el código de ética.

En primera instancia se procedió a leer material sobre el tema y luego a clasificar la información y armar el cuerpo de trabajo compuesto por justificación, marco teórico, conceptual, legal, formulación del problema, hipótesis, presentación de la empresa, misión , visión, código de ética, conclusiones, recomendaciones y bibliografía.

## 4. OBJETIVOS

### **General:**

- ❖ Implementar el código de ética en la compañía Distribuciones Axa S.A., dedicada a la comercialización de productos de aseo, cafetería y farmacéuticos.

### **Específicos:**

- ❖ Determinar la influencia de la aplicación del código de ética en la empresa.
- ❖ Convencer a todos los miembros que hacen parte de Distribuciones Axa de la importancia y los beneficios económicos, sociales que representa contar con este recurso en un tiempo de 60 días.
- ❖ Dar a conocer a todos los agentes que tienen relación directa o indirecta con la empresa, su composición y su importancia de implementarlo y mantenerlo.
- ❖ Aplicar los conceptos aprendidos en el curso de gerencia estratégica responsable.
- ❖ Buscar coherencia entre palabra y acción en todos los miembros de la organización.

## 5. JUSTIFICACION

El transcurrir del tiempo, los cambios permanentes a nivel económico, la globalización exigen que las empresas de hoy sean más competitivas desarrollando todos sus procesos integralmente, donde se actué de manera transparente teniendo en cuenta la relación con la comunidad, el cuidado del medio ambiente, la satisfacción total de los clientes, inversionistas, proveedores y todos los miembros que integran la organización; por eso es que en Distribuciones AXA S.A., empresa distribuidora de distintos productos de aseo y farmacológicos se propone la implementación de un código de ética, buscando la forma de aplicar los lineamientos éticos profesionales, siendo estos unas de las expectativas para mantenerse frente a los demás mercados nacionales, ya que la buena imagen mostrada al momento de ofrecer servicio al cliente es de suma importancia.

La creación, implementación y desarrollo de un código de ética en esta empresa es importante ya que esta es la primera herramienta con la que debe contar porque le permite trabajar desde su interior, el cual la fortalece en un 80 % porque capacita al recurso humano quien va responder positivamente, mostrando excelente calidad en cada uno de sus procesos a realizar. Según las fuentes consultadas en Colombia solamente el 20% de las empresas tienen y aplican el código de ética, el cual incide en la mejora de calidad de vida de toda la organización y todos sus agentes internos y externos incluyendo el medio ambiente.

Se busca establecer EL CODIGO DE ETICA porque dicha empresa tiene 30% de cobertura en el mercado a nivel nacional en cuanto a distribución de medicamentos y productos de aseo, es decir que tiene un impacto determinante sobre la sociedad colombiana y su medio ambiente. Es una empresa muy organizada, pero con la adopción del código será más competitiva a nivel nacional e internacional, prestara un mejor servicio, atención al cliente y un excelente manejo al recurso humano.

## 6. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿La creación de un código de ética en Distribuciones Axa mejora la calidad del producto y la prestación de servicio al cliente?

### 6.1 Sistematización del problema:

¿Todos los colaboradores de Axa son concientes de que la efectividad en su desempeño es determinante para la organización?

¿Qué reglas de conducta conocen todos los miembros que conforman la organización y cuales se pueden aplicar?

¿La alta dirección conoce el estado emocional y el grado de sentido de pertenencia de cada uno de sus colaboradores?

¿De que manera perciben los grupos de interés externos, a Distribuciones AXA?

### 6.2 Diagnostico:

De acuerdo con la información recopilada y analizada en la compañía Distribuciones Axa S.A. Existe desorden en el cumplimiento del horario de trabajo por parte de sus trabajadores, acentuándose mas cuando hay ausencia de los directivos de la empresa, a menudo suceden pequeños inconvenientes por falta de comunicación oportuna entre el personal.

El personal de Axa dice desconocer normas o reglas que puedan mejorar todos y cada uno de los procesos que allí se dan.

El sentido de pertenencia por parte los colaboradores, hacia su compañía esta en un 8%, calificando de 1 a 10, porque les falta motivación por parte de sus directivos resaltando la importancia que tiene cada uno de ellos dentro de la empresa y su respectivo proceso.

Para iniciar con el establecimiento de mejora en nuestra empresa se inicia con el estudio e implantación de un código de conducta.

## 7. MARCO TEORICO

**A.Cortina, J. M. Lozano, D. García- Marzá**, las organizaciones deben construir una cultura corporativa que las identifique y permita la identificación de sus miembros con la misma.

La cultura empresarial esta definida por practicas y actitudes responsables y respetuosas comercial, técnica y socialmente, de tal modo que los miembros de la organización transmitan y refuercen valores lo que mantiene la confianza externa e interna de la organización.

**Heidegger**: Dice que la ética es el pensar que afirma la morada del hombre, es decir que no se trata de un lugar exterior, si no de la parte interna como tal.

**Aristóteles**: (384-322 a C) la felicidad depende del cultivo de la justicia, amistad, continencia, valor y virtudes intelectuales como: la (prudencia, ciencia y sabiduría)

**Ethos**: es la forma de vida del ser humano, la repetición de los hábitos determinan las actitudes; lo ético comprende la disposición del hombre en la vida, sus carácter, costumbre y moral.

**Santo Tomas de Aquino**: Habla de eudemonismo teocentrico que postula para el hombre, como fin ultimo, el bien supremo, el bien absoluto, cuya posesión será la felicidad a la que tiende el ser humano.

**Emmanuel Kant**: (1724-1804) El ser humano como ser racional, tiene deberes hacia si mismo, buscando su perfección y promoviendo la felicidad de sus semejantes.

**Máx. Scheler**: dice que los valores son cualidades puras, que tienen existencia propia, y que se forman en el ser humano a través de su percepción emotiva, de una manera jerarquizada.

Lo santo

Espiritual

Lo noble

Lo agradable

La honradez, la justicia y la cortesía forman una filosofía moral que asociada con el mutuo interés entre los hombres constituye el fundamento de la ética.

La ética es un valor intrínseco de toda actividad económica y empresarial, ya que cualquier actividad empresarial incluye al ser humano. La ética es una exigencia que se hace mas significativa mientras mayor es la complejidad social.

**Reichheld, Frederik:** Sin unos empleados leales es imposible mantener una base de clientes leales.

**Stephen P. Robbins:** Las organizaciones se enfrentan a dilemas éticos por lo que los gerentes deben crear un clima éticamente saludable que permita al trabajador operar con productividad y darle seguridad en el desenvolvimiento de la organización.

Los valores éticos realzan la libertad del ser humano; nos ayudan a guiar nuestras acciones y elecciones individuales. Los gerentes buscan manejar el clima ético en las organizaciones buscando la manera en cómo dichos valores pueden participar en sus negocios.

### **Iván Noriega J.J. Rodríguez Ray Cotton.**

Las empresas debieran ser conformadas por propósitos responsables dirigidos a la consecución de valores éticos para con la comunidad y los empleados. La actividad empresarial de una organización afecta a muchos grupos constituyentes o Stakeholders (proveedores, accionistas, clientes, consumidores, competencia, comunidad general, etc.). Se exige de ella una actitud responsable para con dicha comunidad, ya que su comportamiento le repercute directa o indirectamente. Ser responsable significa dirigir la empresa midiendo el impacto de su actuación en estos grupos, respetando sus derechos e intereses legítimos.

Los códigos de ética permiten a las empresas incorporar e implementar a través de las declaraciones de principios y valores, fundamentos morales y éticos de carácter universal, dentro de la vida diaria de una organización.

Este código surge como una parte integral de la cultura organizacional, determinando símbolos, lenguajes, valores, y prácticas de la empresa, los cuales se ven reflejados en sus administradores que la conducen y en todos los miembros que hacen parte de ella.

Sin importar el origen de su proveniencia, los códigos de ética empresarial deben tener el respaldo de toda la organización, porque les garantiza productividad, sostenibilidad y respuesta a compromisos legales y tratados internacionales ratificados por las naciones, tales como la convención Interamericana contra la corrupción, a compromisos éticos que trascienden la normativa legal.

Determinan patrones y expectativas que pueden ser previsibles en una empresa; permiten fijar las expectativas corporativas de toda la organización, indicando las pautas de conducta y criterios generales para resolver problemas con todos sus grupos de interés.

## 8. MARCO CONCEPTUAL

**Ética:** Del griego, **ethika de ethos**, comportamiento, costumbre, principios de la conducta humana.

La **ética** es una rama de la filosofía, es considerada como una ciencia normativa, porque se ocupa de las normas de la conducta humana.

**Moral:** (origen latín) modo de ser logrado por apropiación donde se encuentran los sentimientos, las costumbres y el carácter.

**Carácter:** personalidad moral, como resultado de actos que uno a uno el hombre ha elegido.

**Sociedad:** Es un conjunto de individuos que comparten una cultura y que se relacionan interactuando entre si, cooperativamente, para formar un grupo.

**Código:** Es el conjunto de normas y reglas.

**Conducta:** Son las actitudes corporales, los gestos, la acción y el lenguaje que tiene el ser humano frente a las diversas circunstancias de la vida.

**Valor:** Cualidad que confiere a las personas una estimación, ya sea positiva o negativa.

**Empresa:** Unidad económica de producción de bienes y servicios importancia económica es indiscutible y de ahí que la existencia y desarrollo de una capacidad empresarial es uno de los activos más valiosos de un país.

**Justicia:** Es reconocer la igual dignidad de los hombres, buscando una sociedad más justa y equitativa.

**Solidaridad:** Sentido de colaboración y ayuda que crea vínculos de unidad en medio de las diferencias culturales e ideológicas.

**Dialogo:** Consolidación de la tolerancia como virtud socia donde requiere una disposición abierta sincera de escuchar al otro y la capacidad de expresar nuestro punto de vista sin llegar a imponerlo.

**Respeto:** Es la base del sustento y la moral. El respeto en las relaciones interpersonales comienza en el individuo, en el reconocimiento del mismo como entidad única.

**Tolerancia:** Actitud de comprensión, prudencia y adaptabilidad, frente a aquellos estilos de vida y creencias que chocan con nuestra propia sensibilidad.

**Responsabilidad:** Proviene del verbo latín responsum, que es una forma latina del verbo responder.

**Honestidad:** Es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad.

**Seguridad:** proviene del latín securitas. Es la ausencia de riesgo o también la confianza en algo o alguien.

**Bien social:** Nivel alcanzado en la satisfacción de las necesidades básicas fundamentales de la sociedad, que se expresan en los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo humano y medio ambiente.

**Legalidad:** Régimen jurídico-político que viene configurado por el conjunto de leyes fundamentales de cada estado.

**Competencia:** es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado y de elegir a quien compran o adquieren estos bienes y servicios.

**Proveedores:** persona o sociedad que vende la materia prima utilizada para producir los artículos que se fabriquen.

**Libertad:** Facultad del ser humano que le permite decidir llevar a cabo o no una acción según su inteligencia o voluntad.

## 9. MARCO LEGAL

**Artículo 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa como del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulara el desarrollo empresarial.

La ley delimitara el alcance de la libertad económica cuando así los exija el interés, social, el ambiente y el patrimonio cultural de la nación.

## 10. PRESENTACION DE LA EMPRESA



### 10.1 RESEÑA HISTORICA DISTRIBUCIONES AXA S.A.

Algunos trabajadores de droguerías ACUÑA , que teniendo un fondo de empleados en dicha Empresa, en ese entonces 1988, se trasladaron a trabajar a distribuciones AXA S.A.; manifestaron la necesidad de continuar con los beneficios, préstamos, actividades que le significaban pertenecer a un Fondo de Empleados, por lo que se dio el nacimiento al Fondo de empleados de Distribuciones AXA S.A., regido por las leyes de la economía solidaria y bajo la legislación de Fondos de empleados vigentes desde el año 1991.

Somos el punto de apoyo de los asociados, con quienes tenemos el compromiso de estrechar los vínculos de solidaridad, para contribuir con el bienestar de todos sus miembros.

## 10.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

### 10.2.1 UBICACIÓN:

CRA. 34 No. 6-70 Zona Industrial- Bogota

### 10.2.2 PERSONAL:

Esta empresa cuenta con 300 empleados.

### 10.2.3 CLIENTES:

Droguerías- Supermercados- Cafeterías- Oficinas- E.P.S.- Pañaleras- Tiendas de Barrio.

### 10.2.4 FILIALES



### 10.2.5 CUBRIMIENTO:

Amazonas	Nariño	Guaina	San Andrés	Vaupes
Arauca	Casanare	Guaviare	Santander	
Boyacá	Cundinamarca	Meta	Vichada	

### 10. 2.6 PROVEEDORES:

Nacionales. E Internacionales (Algunos de Medicamentos y Farmacéuticos).  
Empresas Medianas y Grandes. Casi el 90%.  
LA mayoría empresas bogotanas.

### 10.2.7 NUESTROS PROVEEDORES:



## 10.2. 8 PRODUCTOS QUE OFRECE DISTRIBUCIONES AXA S.A.:



### 10.2.9 JORNADAS LABORALES:

- Tiempo completo lunes a sábado.
- En temporada los domingos y festivos

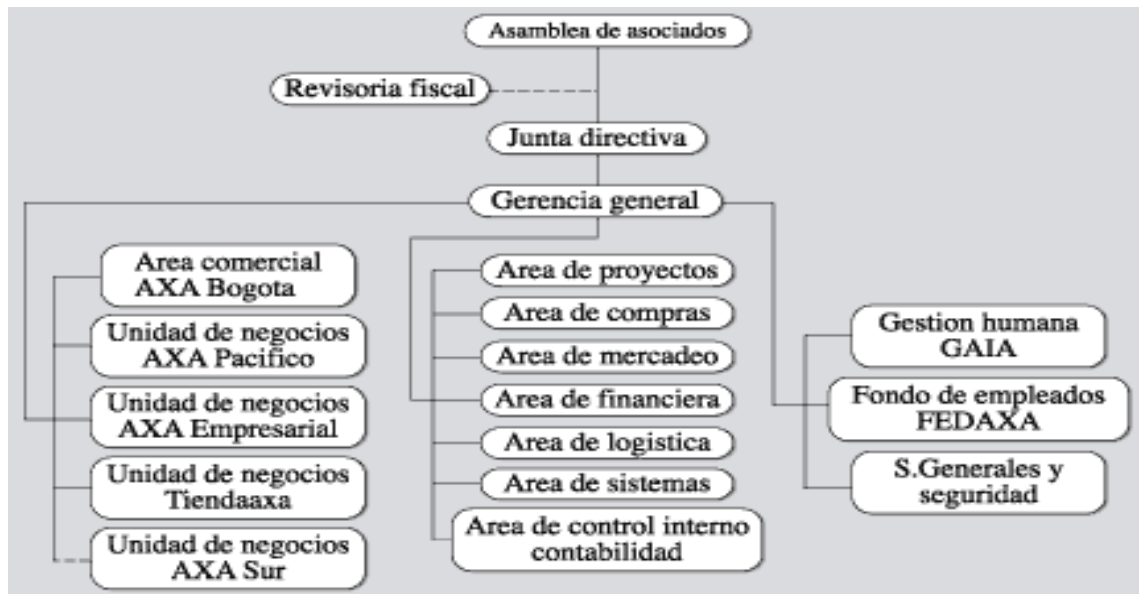
### 10.3 MISION:

SER UN DISTRIBUIDOR MULTICANAL EFICIENTE Y RENTABLE DE LINEAS FARMACEUTICAS Y DE CONSUMO MASIVO, CON CUBRIMIENTO TOTAL EN LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO DONDE PARTICIPAMOS, ASEGURANDO UNA RELACIÓN PERDURABLE EN EL TIEMPO PARA CADA UNO DE LOS INTEGRANTES DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN.

### 10.4 VISION:

Por muchos años seguirá siendo importante el eslabón entre productor y punto de venta, cada vez más técnico y más especializado. En Colombia debemos tropicalizar la versión, apoyándonos en la experiencia mundial Y el especial perfil de nuestra Distribución, es decir, evolucionando a lo nuevo sin abandonar lo actual; así por evolución tomamos beneficio de los dos sistemas.

## 10.5 ORGANIGRAMA:



## 10.6 POLITICA AMBIENTAL:

Distribuciones AXA S.A., tiene claro que la conservación del medio ambiente forma parte de esta Organización. Con cual ha generado en sus empleados conciencia de mantener un espacio sano, al estar ubicados en un sector de alto cuidado.

Algunos trabajadores de droguerías ACUÑA , que teniendo un fondo de empleados en dicha Empresa, en ese entonces 1988, se trasladaron a trabajar a distribuciones AXA S.A.; manifestaron la necesidad de continuar con los beneficios, préstamos, actividades que le significaban pertenecer a un Fondo de Empleados, por lo que se dio el nacimiento al Fondo de empleados de Distribuciones AXA S.A., regido por las leyes de la economía solidaria y bajo la legislación de Fondos de empleados vigentes desde el año 1991.

## 10.7 CODIGO DE ETICA

### 10.7.1 CONSIDERANDO QUE DISTRIBUCIONES AXA.S.A.

Es una Empresa cuyo objeto social es la distribución y Comercialización de productos farmacéuticos, de aseo, cafetería y de consumo masivo a nivel nacional.

Busca fortalecer el concepto comercial de sus puntos de venta a los que vende sus productos, clientes de Oficinas, Cafeterías, Droguerías, para lograr amplitud y satisfacción a sus clientes.

Realiza una adecuada selección de proveedores basada en criterios de calidad, costo respaldo y servicio al cliente.

Se relaciona directamente con la industria a través de proveeduría de productos, tanto en la oficina Central, como en los puntos de cada Departamento

Se encuentra en un mercado fuertemente competido por parte de la industria, las cadenas de comercialización de productos farmacéuticos (Droguerías y Farmacias), las empresas de medicina `prepagada, las empresas Distribuidoras de Productos de Consumo Masivo y demás.

Ha decidido elaborar un Código de Ética y Conducta para formular pautas de comportamiento en las relaciones de la empresa con sus socios, directivos, colaboradores, clientes y proveedores:



### 10.7.2. AMBITO DE ACCIÓN



Este Código de Ética y Conducta será adoptado por todos los Socios de Distribuciones AXA S.A., su Junta Directiva, Gerente General, Gerentes de Área y Colaboradores de todos los Niveles de la organización, de las Diferentes Marcas, tanto en la oficina Central como en los demás puntos fuera de Bogotá, sin excepción.

Para tal efecto, las personas que actualmente trabajan en la compañía debieran suscribir en un periodo no superior a un mes a partir de su publicación, el Acta de Compromiso que certifica que han leído, conocen, aceptan, adoptan y promueven las normas que el Código de Ética y Conducta formula.

A partir de este momento, los nuevos colaboradores de Distribuciones Axa S.A., firmaran a su ingreso el Acta de Compromiso.

La compañía adoptará el Código de Ética y Conducta en cada una de sus actuaciones y relaciones entre los colaboradores, con lo clientes, proveedores y socios.

### 10.7.3. NUESTROS PRINCIPIOS RECTORES



Los principios de la organización empresarial, adoptados por Detal S.A. desde hace varios años, son y seguirán siendo el eje fundamental de nuestro actuar.

#### 10.7.3.1 Los principios rectores son:

El respeto es la base de todo. Respeto es atender, entender, aceptar y valorar a cada persona que interactuó con nosotros, a la compañía y al grupo en el que estamos trabajando, sin discriminar a nadie.

Transparencia: Es pensar y sentir con claridad, no tener nada que ocultar, Que las actuaciones puedan ser vistas a través de un vidrio porque son honestas, sanas y no hacen daño.

Congruencia: Es actuar de acuerdo con lo que se piensa y se siente; es actuar con transparencia.

Excelente servicio a nuestros clientes internos y externos: la excelencia en el servicio es lograr en el cliente niveles de satisfacción superiores a lo que él espera, lo cual se logra por encima de todo a través de una actitud amable, abierta y dinámica, entendiendo los sentimientos del cliente y, en segundo un conocimiento amplio del producto o servicio. Lo anterior permite desallorzar la actividad con la más alta calidad.

Rentabilidad en todas nuestras operaciones: es la capacidad de agregar valor a cada operación que se realice, entendiendo como valor no solamente el

aspecto financiero, sino en términos de mejorar cada una de las operaciones que se realizan en la compañía.

Potencialización y realización de todos nuestros colaboradores: Es la búsqueda permanente por la realización y el desarrollo profesional y personal de todas las personas que conforman la organización, partiendo de que cada uno tenga deseos de superación y quiera buscar su propio crecimiento al interior de nuestras empresas, para convertirse en uno de los grandes líderes del mañana o en empresario, y de esta manera alcanzar sus metas y realizar sus sueños.

#### **10.7.4 DEL CONFLICTO DE INTERES EN GENERAL**

El conflicto de Interés en toda situación, en la que los intereses personales se encuentran o pueden llegar a estar en oposición a los intereses de la compañía, sus socios, clientes o proveedores.



Debemos evitar colocarnos en situaciones que generen conflicto de intereses, especialmente en lo relacionado con el cuidado de la información frente a la competencia, la recepción de pagos o retribuciones diferentes a las acordadas con la compañía y las relaciones extralaborales con proveedores.

Es nuestro deber obligatorio informar cualquier tipo de conflicto de intereses en el que estemos incurriendo o vayamos a incurrir, con el fin de declararnos impedidos para participar en la toma de decisiones correspondientes.

### 10.7.5. DEL COMPORTAMIENTO EN EL SITIO DE TRABAJO

Se deben adoptar los principios rectores de nuestra organización empresarial y cultivar el sentido de pertenencia, compromiso y lealtad con Distribuciones AXA .S.A., sus clientes y proveedores.

Trabajamos por resultados y nos esforzamos al máximo por alcanzarlos revisando siempre los aciertos para potencial izarlos y los errores para corregirlos.



Todos los colaboradores debemos esforzarnos por tener un ambiente de trabajo sano, ordenado, agradable y respetuoso.

El dialogo es nuestra principal herramienta de trabajo, con el podemos aprobar, disentir, cuestionar o discutir los problemas y proyectos de nuestra compañía.

El trabajo en equipo es nuestro principal deseo colectivo, pues sabemos que somos parte de una cadena de esfuerzos y que el apoyo mutuo nos ayuda a realizar los sueños y a cumplir metas.

Entendemos el conflicto como una oportunidad de mejoramiento individual y de crecimiento organizacional; lo usamos para construir y no para destruir.

La compañía considera totalmente inapropiado presentarse al sitio de trabajo bajo efectos del alcohol o de sustancias psicoactivas. Su posesión o consumo en lugares de trabajo también es inaceptable.

Si se presentan relaciones afectivas entre colaboradores, estas deben ceñirse a las normas de comportamiento social y manejarse con seriedad y discreción, sin que afecten el desempeño laboral de los involucrados. En todo caso, cuando estas relaciones se presenten, deberán ser informadas al superior inmediato de cada uno de los miembros de la relación. Los supervisores utilizarán la información estrictamente para tomar las decisiones más adecuadas para las partes involucradas.

Los recursos y servicios de la compañía solo se utilizarán para fines empresariales.

No se podrán utilizar los recursos financieros de la empresa para realizar pagos o aportes que no se encuentren debidamente sustentados.

La compañía considera inaceptable la utilización de los dineros proveniente de sus ventas en beneficio propio, aún cuando dichos recursos se reintegren posteriormente o se hayan reintegrado al momento de ser detectados. Así mismo, está prohibido el cambio de cheques, bonos y la utilización de cualquier mecanismo para obtener dinero en efectivo de la compañía en los puntos de venta o la oficina central.

No se podrá utilizar una posición de mayor jerarquía en la Organización para obtener beneficios de colaboradores de menor jerarquía.

Todos los colaboradores debemos observar y cumplir las políticas y los procesos definidos por la compañía.

#### **10.7.6. DE LAS RELACIONES DE DISTRIBUCIONES AXA. S.A. CON SUS CLIENTES.**

El cliente es la razón de ser de nuestra compañía y con él establecemos relaciones profesionales que satisfagan sus necesidades.

Los colaboradores de Distribuciones S.A. en sus diferentes niveles y cargos propenderán para garantizar al cliente satisfacción en el servicio y calidad en los productos que comercializa.



La asesoría que nuestros colaboradores ofrecen a los clientes en el punto de venta se basa en el conocimiento que poseen y nunca estará sujeta a la retribución comercial por la rotación de uno u otro producto.

Los colaboradores de Axa S.A. no cambian la formulación médica y se limitan a ofrecer el apoyo a su cliente en la entrega de lo formulado por los profesionales de salud, bajo criterios de calidad excelentes y costo racional.

#### **10.7.7. DE LAS RELACIONES DE LOS PROVEEDORES CON DISTRIBUCIONES AXA S.A.**

La compañía aplicará criterios técnicos de selección de proveedores, basados en parámetros de calidad y costo de los productos, respaldo y servicio al cliente. Este proceso será transparente, objetivo y cada codificación o descodificación de proveedores y productos será una decisión tomada por un organismo colegiado.



La compañía reconoce las diferentes estrategias de mercadeo que utiliza la industria para favorecer la rotación de sus productos. A partir de ese reconocimiento, define que participara de manera abierta, clara y transparente en cualquiera de esas estrategias, favoreciendo siempre las mejores decisiones para la empresa y sus clientes. Para garantizar que su participación sea clara, abierta y transparente, tendrá siempre canales de comunicación amplios y suficientes con los proveedores.

Cuando las estrategias de mercadeo de los proveedores involucren a personas en cargos específicos de la compañía, se entenderá que esta situación se genera por el cargo que ocupa la persona y su capacidad de decisión dentro de Distribuciones AXA. S.A., y de cara a los clientes de la organización. En ese orden de ideas, la compañía se define a sí misma como una interrelación de insumos, procesos, productos y personas, donde cada eslabón de la cadena es importante por el óptimo resultado final.

Todas las estrategias de mercadeo que involucren a personas en cargos específicos de la organización deberán ser consultadas por los proveedores a la gerencia General de la compañía antes de su implementación, mediante una comunicación escrita que defina y explique la estrategia que se va a utilizar y los incentivos que respaldan el éxito de la iniciativa.

Cuando las personas que trabajan en la compañía reciban una bonificación, premio, invitación o incentivo en dinero o en especie, deberán informarlo a su superior inmediato, de tal forma que dicho obsequio o monto quede a disposición del Comité de Gerencia para que este organismo colegiado defina su destinatario final, así como la metodología para seleccionarlo.

Los premios, incentivos, bonos o regalos que cualquier funcionario de la compañía reciba y que superen el 50% del valor de un salario mínimo legal mensual vigente deberán ser entregados a la Gerencia General para que sean puestos a disposición de la Junta Directiva. No obstante, sin importar el monto

del premio, bono, incentivo, invitación o regalo, éste deberá ser informado al superior inmediato y a la Gerencia General.

La empresa considera inadecuado que la industria y los proveedores en general ofrezcan invitaciones a eventos deportivos, culturales o sociales para influenciar las decisiones de los colaboradores. Si la invitación hace parte de un plan de mercadeo de la empresa que la ofrece deberá ser cursada por escrito a la Gerencia General de Distribuciones AXA S.A., con el fin de analizar y decidir en el comité de Gerencia, quien o quienes deben atender el compromiso.

En cualquier caso, la aceptación de una invitación de uno de los colaboradores por parte de la Industria y de los proveedores de Distribuciones AXA.S.A, en general, no coaccionará la independencia con la que nuestra compañía toma sus decisiones con relación a productos que vende.

Se garantiza siempre la mejor decisión para la compañía y los clientes, por encima del bien particular de sus colaboradores.

La relación de los visitantes médicos, ejecutivos de cuenta, vendedores, impulsores y transferencistas de cualquiera de los proveedores de AXA S.A., se debe guiar por las pautas ofrecidas en este Código de Ética y Conducta. Las empresas de la industria y los proveedores en general tienen la responsabilidad de darles a conocer este Código a sus empleados, directos e indirectos, puesto que para AXA. S.A., el desconocimiento de estas normas por parte del personal de sus proveedores no es una razón para exonerarles de la responsabilidad del cumplimiento de las mismas.

La compañía considera inaceptable que sus colaboradores reciban incentivos, bonos, premios, regalos e invitaciones que no estén acordados con la gerencia general y no hayan sido distribuidos por el comité de Gerencia.

#### **10.7.8. PAUTAS DE SANCION DISCIPLINARIA**

El código de Ética y conducta es una expresión de la creencia de la organización y sus colaboradores. Es explícito en algunos temas y tácito en otros, por cuanto considera que el comportamiento y las decisiones contienen una amplia gama de situaciones y variables que son imposibles de definir de manera completa y específica. Por lo anterior, ofrece una orientación general sobre los aspectos que se deben tener en cuenta, pero asume también que todas las acciones de los directivos, colaboradores, socios, proveedores y clientes deben estar enmarcadas en adecuado comportamiento social y partir de la buena fe en cada iniciativa.

Por lo anterior se define la creación de un Comité Disciplinario conformado por el Gerente General, quien lo preside, el Gerente de Gestión Humana, quien actuará como Secretario Técnico del Comité, el Gerente de Control interno y el Jefe inmediato según el caso.

Cualquier inhabilidad de uno de los miembros de este Comité Disciplinario será expresada formalmente y por escrito a la secretaria técnica del Comité y el miembro inhabilitado se abstendrá de participar en las decisiones relativas al conflicto que lo inhabilita.

En caso de tratarse del Gerente General, el Comité será presidido por la secretaria Técnica y, por intermedio de ésta, se involucrara a la junta directiva. En caso de inhabilidad de la secretaria técnica del Comité, asumirá como Secretaria Técnica adhoc la gerencia de Control Interno.

#### **10.7.9 ALCANCE DE LAS DECISIONES DEL COMITÉ DISCIPLINARIO**



Estas definirán la conducta que la organización tomará frente a cualquier situación que se presente en contra de las pautas y normas formuladas en este Código de Ética y conducta.

Estas decisiones serán la última instancia de la compañía.

Las decisiones serán debatidas con profesionalismo y seriedad en todos los casos; los detalles que se conozcan par poder ilustrar el caso serán guardados bajo estricta confidencialidad por cada uno de sus miembros.

#### **10.7.10 ALTERNATIVAS DE DECISION DEL COMITÉ DISCIPLINARIO**

Antes de aplicar una sanción disciplinaria el empleado inculpado debe ser escuchado en diligencia de descargos; no producirá efecto alguno la sanción disciplinaria que se imponga sin este trámite.

### **10.7.11 SANCIONES PARA COLABORADORES**

El Comité podrá sancionar a un colaborador dentro de las siguientes alternativas:

Llamado de atención verbal realizado por alguno de sus miembros según solicitud expresa del Comité.

Memorando escrito sin copia a la hoja de vida.

Memorando escrito con copia a la hoja e vida.

Suspensión del puesto de trabajo en rango de tiempo entre 81) y cinco (5) días hábiles, sin la correspondiente remuneración.

Cancelación del Contrato.

Lo anterior sin perjuicio de la utilización de las sanciones y acciones previstas en el Código Sustantivo del Trabajo y demás leyes contempladas dentro de los ordenamientos jurídicos de Colombia, como son, entre otras, las civiles, administrativas, personales, laborales y disciplinarias, que contengan referencias a las conductas asumidas por el colaborador o los colaboradores del caso en estudio, sea por acción u omisión en el desempeño de sus funciones asignadas.

### **10.7.12 SANCIONES PARA PROVEEDORES**

EL Comité podrá sancionar a un proveedor cuando sus actuaciones vayan en contra de las pautas y normas formuladas en este Código de Ética y Conducta dentro de las siguientes alternativas:

Comunicación escrita a la máxima instancia jerárquica del proveedor, informándole sobre la(s) situación (es) específica (s) que considera que van (n) en contra de las pautas y normas formuladas en este Código de Ética y Conducta.

Suspensión de la realización de pedidos en rangos de tiempo uno (1) a seis (6) meses.

Cancelación de la relación comercial.

Lo anterior sin perjuicio de la utilización de otras acciones previstas en las leyes contempladas dentro de los ordenamientos jurídicos de Colombia, como son, entre otras, las civiles, comerciales, administrativas, penales, laborales y disciplinarias, que contengan referencias a las conductas asumidas por el proveedor.

NOTA: Se han utilizado modelos e informaciones contenidos en otros Códigos similares, tales como los Utilizados por la organización corona, afidro y la asociación Nacional de Clínicas y Hospitales, entre otros.

Bogotá, septiembre 20 de 2009

MARIA CLAUDIA LOTE RINCON (Trabajo actualmente en la compañía).  
FLOR MARINA BUSTACARA.

Estudiantes de Administración de Empresas – Último Semestre UNAD

## 11. CONCLUSIONES

Después de realizar este trabajo se concluye que es determinante adoptar un código de ética en la organización, ya que esto le permite al ser humano trabajar con más compromiso y tenacidad, porque el ambiente laboral le permite ser más creativo, audaz, alcanzando un 99% de pertenencia con su empresa.

Es muy importante que la alta dirección cree y desarrolle esta herramienta en su empresa ya que esto le dará productividad constante, ofreciendo productos y servicios de excelente calidad, ventajas frente a sus competidores y una impecable imagen corporativa a nivel nacional e internacional.

La implementación del código de ética influye positivamente en la cultura organizacional de la empresa, porque dicho recurso le aporta elementos al empleado para desempeñarse bien en su sitio de trabajo.

Con el uso de esta herramienta la empresa vera muchos resultados, a mediano plazo, como atracción y lealtad de clientes, confianza para los inversionistas e imagen corporativa.

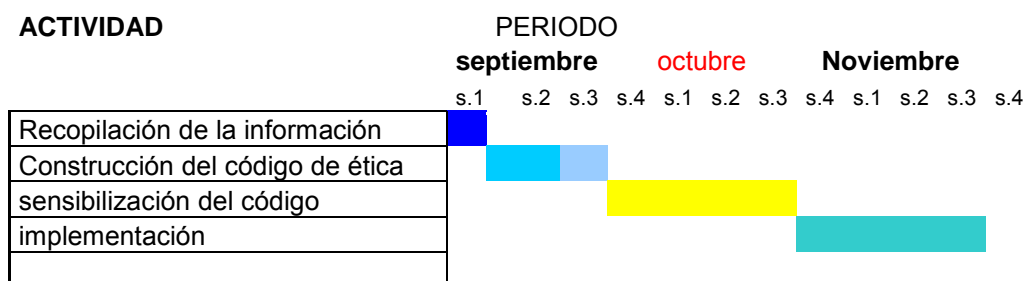
La investigación permitió realizar un análisis sobre la importancia de mejorar todos los procesos en la compañía, especialmente el de capacitar al recurso humano quien es finalmente el que orienta todas sus destrezas e iniciativas y producir para otros que necesitan satisfacer sus necesidades básicas.

Ojala en todas las empresas del mundo existiera el código de ética, de esa manera se recuperaría todos los valores perdidos y la humanidad se preocupara mas por vivir en armonía consigo y con el medio ambiente.

## 12. RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar el código de ética en Distribuciones Axa S.A. ya que esta no cuenta con este recurso y como se llegó a determinar existen falencias en el comportamiento de los empleados dentro de la organización. Así de esa manera habrá más control interno y sensibilización en la moral de todos los miembros que la conforman.

Para la elaboración de este código se aplica el siguiente **cronograma de actividades**:



**TABLA 1.**

### GASTOS PREOPERATIVOS

PRODUCTO	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total
Folletos	3000		
Papelera	3000	\$ 70,00	\$ 210.000,00
Tinta		\$ 20,00	\$ 60.000,00
Administrativos			
Asesoría_Abogado	3000	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
<b>TOTAL...</b>		\$ 500.090,00	\$ 770.000,00

**TABLA 2.**

<b>VALOR PUESTA EN MARCHA DEL CODIGO DE ETICA Y CONDUCTA DISTRIBUCIONES A)</b>				
ACTIVIDADES	TIEMPO	LUGAR	Personas	valor/Actividad
1. Informacion al personal.	1 hora y 1/2	S. capacitación	40	\$ 102.000,00
<b>VALOR TOTAL ENTREGA INFORMACION</b>	<b>8 Horas Y 1/2</b>	<b>S. capacitación</b>	<b>300</b>	<b>\$ 765.000,00</b>
2. Entra del Producto (Lectura y Analisis).	3 Horas	S. capacitación	40	\$ 242.000,00
<b>VALOR TOTAL DE LA ENTREGA DEL FOLLETO</b>	<b>16 Horas</b>	<b>S. capacitación</b>	<b>300</b>	<b>\$ 1.200.000,00</b>
<b>TOTAL</b> ... ..				<b>\$ 2.309.000,00</b>
<b>VALOR GASTOS TOTALES</b> ... ..				<b>\$ 3.079.000,00</b>

## BIBLIOGRAFIA:

Cartilla código de ética ECOPETROL  
Distribuciones Axa S.A.  
Norma icontec 1486  
Sesión 5 genciaesstrategicaresponsable.  
[www.Apuntes.Rincondelvago.com/Eticaempresarial.4.html](http://www.Apuntes.Rincondelvago.com/Eticaempresarial.4.html)  
[www.tgi.com.co/Documentos563/Responsabilidad/20social.pdf](http://www.tgi.com.co/Documentos563/Responsabilidad/20social.pdf).  
[www.fecha.org/pdf/rseCodigo-eica.discurso,dribarra.pdf](http://www.fecha.org/pdf/rseCodigo-eica.discurso,dribarra.pdf)  
[www.grupometodo.org/bcodet.pdf](http://www.grupometodo.org/bcodet.pdf)  
www.Deficiones.com  
www.iarse.org  
www.proetica.infolindex.php





