

...cuida la salud de mi familia !

**INFORME DE SEGUIMIENTO A LA
GESTIÓN DEL CÓDIGO DE ETICA Y
BUEN GOBIERNO
SEGUNDO SEMESTRE
AÑO 2014**



TABLA DE CONTENIDO

- I. GESTION DEL CODIGO DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO
2014

- II. INDICADORES DE LA MEDICION DE LA GESTION DEL CODIGO

<i>Elaborado por: Comité de Gestión Nacional</i>	<i>Revisado por: Gerente de Calidad</i>	<i>Aprobado : Gerente General</i>
<i>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</i>		<i>Aprobado en febrero de 2010 2</i>



I. GESTIÓN DEL CÓDIGO DURANTE EL AÑO 2014

Durante el segundo semestre de 2014 se realizaron las siguientes actividades como parte de la gestión del código de ética y buen gobierno de nuestra empresa:

1. Se definió la socialización del código de ética y buen gobierno así como del protocolo de atención con el personal de las sedes Municipales, a través de visitas por parte de los Coordinadores de Gestión de Talento Humano de las 13 sedes de la empresa.

Se planteó visitar el 50% de las sedes Municipales en cada sede Dptal y se logró cumplir con el 32% de las visitas es decir el 64% de la meta así:

META: 50% de sedes municipales visitadas en cada sede Dptal

SEDE	SEDES MUNICIPALES VISITADAS	SEDES PROGRAMADAS	PORCENTAJE TOTAL DE SEDES VISITADAS
CAQUETA	12	16	75%
CALDAS	9	15	60%
QUINDIO	4	7	57%
SANTANDER	6	11	55%
VALLE	6	11	55%
RISARALDA	6	13	46%
TOLIMA	9	25	36%
HUILA	5	20	25%
CAUCA	5	33	15%
CESAR	0	17	0%
NARIÑO	0	25	0%
NACIONAL	NA	NA	NA
BOGOTA	NA	NA	NA



El cumplimiento de los objetivos de estas visitas, en términos generales fue:

OBJETIVO	CUMPLIMIENTO GENERAL
Socializar la información relacionada con el código de ética y buen gobierno, modelo cultural, el protocolo de atención.	100%
Identificar las necesidades de las sedes municipales visitadas y gestionar su solución con el proceso encargado.	84%

El porcentaje detallado POR SEDE, del cumplimiento en la gestión de las solicitudes y necesidades identificadas por los GTH en las sedes Municipales fue:

SEDE	PORCENTAJE CUMPLIMIENTO GESTION DE MEJORAS	
CALDAS	94	
CAQUETA	90	
CAUCA	78	
HUILA	100	
QUINDIO	61	
RISARALDA	93	
SANTANDER	93	
TOLIMA	87	
VALLE	63	
BOGOTA	NA	
NACIONAL	NA	
NARIÑO	NA	NO HIZO VISITAS
CESAR	NA	NO HIZO VISITAS
	84	

2. Ejecución del cronograma mensual de actividades del plan estratégico de comunicación del modelo cultural basado en valores, según el plan establecido:



Se realizaron dos evaluaciones de seguimiento durante el plan estratégico de comunicación del modelo cultural (julio a diciembre). A continuación se describe el nivel de participación por sede en estas evaluaciones, en las cuales se habían planteado los siguientes objetivos:

Primera evaluación en el mes de septiembre del 2014:

Objetivo: Conocer la percepción sobre la campaña de expectativa referente al nuevo modelo cultural de la organización.

Segunda evaluación en el mes de diciembre del 2014:

Objetivo: Conocer las percepciones frente a las diferentes actividades comunicacionales desarrolladas para el despliegue del nuevo Modelo Cultural.

SEDE	EVALUACION CAMPAÑA EXPECTATIVA-SEPTIEMBRE 2014			EVALUACION DE SEGUIMIENTO AL PLAN-DICIEMBRE 2014			MEJORIA
	NUMERO DE PARTICIPANTES	NUMERO DE PROGRAMADOS INDEFINIDOS A 30 DE AGOSTO	%PARTICIPACION	NUMERO DE PARTICIPANTES	NUMERO DE PROGRAMADOS INDEFINIDOS A 30 DE DICIEMBRE	%PARTICIPACION	
BOGOTA	15	23	65%	25	25	100%	35%
CALDAS	34	78	44%	40	79	51%	7%
CAQUETA	70	90	78%	93	93	100%	22%
CAUCA	35	139	25%	148	171	87%	61%
CESAR	34	77	44%	65	80	81%	37%
HUILA	45	75	60%	78	80	98%	38%
NACIONAL	86	145	59%	81	148	55%	-5%
NARIÑO	26	81	32%	65	88	74%	42%
QUINDIO	35	52	67%	47	53	89%	21%
RISARALDA	NA	NA	NA	69	83	83%	NA
SANTANDER	41	63	65%	59	68	87%	22%
TOLIMA	70	77	91%	92	92	100%	9%
VALLE	36	56	64%	38	59	64%	0%
TOTAL	527	956	55%	900	1117	81%	25%

A partir de la información obtenida en estas evaluaciones, se concluye:

- En las dos evaluaciones de seguimiento se contó con la participación de más del 50% de los colaboradores, encontrando un aumento del 27% de la participación en la segunda evaluación realizada en el mes de diciembre del 2014.
- En la segunda evaluación se contó con la participación de 326 personas ubicadas en las sedes municipales, es decir que el 36% de los participantes en la encuesta, fueron personal de las sedes municipales.
- El 77% de las personas que se encuentran en las sedes municipales contestaron la segunda evaluación del plan de comunicación del modelo cultural.

Teniendo en cuenta los objetivos que se definieron en el plan estratégico de comunicación el modelo cultural con la asesoría de HEY COMUNICACIONES, los cuales se describen a continuación:



Así como el cronograma de actividades ejecutado de agosto a diciembre del 2014 se puede concluir:

- El gran número de respuestas de la evaluación de comunicación del Modelo Cultural, 900 en total sobre un universo de 1117, permite concluir que se tiene una gran participación de las personas, lo que da a entender que los colaboradores están interesados en el modelo y que a través de la comunicación se ha motivado su interiorización pues el 96% así lo califica.

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 6

- Entendiendo los resultados de la evaluación se deduce que la divulgación del modelo fue necesaria y suficiente, su gran porcentaje en las respuestas, 96% y 85% respectivamente, permiten apreciar que la comunicación comprendió el entorno organizacional y motivó cambios en los comportamientos enfocados en los valores que son la base del Modelo Cultural de Asmet Salud.
- La estrategia de comunicación planteada en 2014 cumplió con su objetivo de lograr que esta se convierta en un medio para la interiorización del Modelo Cultural y a su vez impacte en el objetivo trazado en el mapa estratégico de Asmet Salud de fortalecer una cultura organizacional orientada al servicio. La gran mayoría de los colaboradores califican la información recibida a través de los diferentes canales de comunicación de oportuna, necesaria y clara.
- La creación del personaje Dr. Cultura (se anexa imagen) y su incorporación como un integrante de la familia Asmet le permitió a la estrategia de comunicación una interacción cercana con los colaboradores en el proceso de divulgación del Modelo Cultural. Es de resaltar la valoración que las personas le otorgan al Dr. Cultura, además de la cantidad de mensajes que le envían. Se presume que la importante participación de los colaboradores en la evaluación de comunicación reflejada en el número de respuestas, se debe a la motivación realizada por el Dr. Cultura.



- Los resultados son el producto de un ejercicio interesante de trabajo en equipo en el que han participado las diferentes áreas de la organización (procesos misionales) en cada una de las sedes soportado en las Direcciones Departamentales, la Coordinación de Cultura y Bienestar, comunicaciones, las Coordinaciones GTH y Coordinaciones GSAF, Gestores Locales GSAF, con la

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 7



orientación de Gerencia General, Gerencia de GSAF, Gerencia de Recursos y Talento Humano, Directora de Mercadeo

3. Se llevó a cabo la medición de ambiente laboral con la firma consultora GRATE PLACE TO WORK INSTITUTE (El mejor lugar para trabajar), en el mes de julio del 2014; con el fin de aprovechar esta herramienta para valorar aspectos relacionados con el cumplimiento de políticas y valores empresariales en toda la organización.

Con esta evaluación se concluyó:

Nivel de participación:

Unidad	Población objetivo	Encuestas recibidas	Participación	Margen de error
Gestión de Apoyo	290	266	91,7%	0,5%
Gestión de Aseguramiento	963	862	89,5%	0,4%
Gestión Estratégica	34	33	97,1%	0,5%
Total	1.287	1.161	90,2%	0,3%
Nivel de confiabilidad	95%			
Umbral de confidencialidad (Colaboradores)	10			
Fecha de Aplicación	Julio de 2014			
Medio de Aplicación	Internet			

- Se obtuvo un nivel de clima de **82%** a nivel empresa, el cual superó la meta definida para el año 2014 y comparado con el indicador del año 2013 se encontró una disminución de 5 puntos (**87%**), lo cual puede presentarse debido a que la metodología utilizada para la última medición es diferente en todos los aspectos.

Resultados generales obtenidos en la medición de ambiente laboral a nivel empresa:

- **Aspectos sobresalientes:** Accesibilidad, Competencia, Reconocimiento, Participación, Equidad en el trato, Justicia, Fraternidad, Orgullo por el trabajo, Orgullo de la empresa y la Apreciación General.
- **Aspectos por debajo del nivel del mercado:** No hay.
- **Consensos inusuales (Fortalezas relativas):** No hay.

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 8



- **Cuestionamientos inusuales (Debilidades relativas):** No hay.
 - **Indecisiones inusuales:** No hay.
 - **Índice del Ambiente Laboral:** 78,5 (Muy satisfactorio)
 - **Índice del Ambiente Laboral Objetivo:** 84,9 (Sobresaliente)
 - **Prioridades para intervenir:** Respeto y el Sentido de equipo.
-
- Asmet salud presentó un resultado muy satisfactorio, lo cual significa que la mayoría de las variables están por encima del consenso de empresas en el mercado, lo cual indica que se está siguiendo la dirección adecuada en cuanto a ambiente laboral se refiere.
 - Hay una gran cantidad de variables con un arraigo excepcional, lo cual significa que son comportamientos de líderes, colaboradores y prácticas de la organización que están haciendo parte de la cultura y se pueden evidenciar a través de las diferentes áreas de desempeño de la empresa.
 - El liderazgo es destacado y está contribuyendo generosamente con la conformación de un gran lugar de trabajo.
 - Se recomendó continuar con las prácticas que se vienen implementando frente al talento humano y seguir contando con el apoyo del equipo de liderazgo en la construcción del ambiente laboral.
 - En Asmet Salud se evidencian manifestaciones claras que permiten hablar, desde la perspectiva del Ambiente Laboral, de una cultura organizacional arraigada. En este sentido, la excelente percepción que tienen los colaboradores frente a temas como el estilo de liderazgo, la justicia en el trato, la ausencia de favoritismo, el orgullo por el trabajo y por la empresa, la fraternidad y el sentido de equipo son aspectos que están fuertemente arraigados y generalizados y por lo tanto definen un patrón de comportamiento absolutamente predecible.
 - Con relación a 6 ítems que se adicionaron al cuestionario de GPTW por parte de ASMET SALUD, asociados al cumplimiento de valores y políticas de nuestra empresa, se obtuvieron los siguientes resultados:

<i>Elaborado por: Comité de Gestión Nacional</i>	<i>Revisado por: Gerente de Calidad</i>	<i>Aprobado : Gerente General</i>
<i>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</i>		<i>Aprobado en febrero de 2010 9</i>



REACTIVOS PARTICULARES	VALORACION
Aquí las personas demuestran servir con amor	77
Aquí las personas promueven con su ejemplo las normas y políticas de la organización	78
En la empresa se siguen las pautas de conducta para una gestión íntegra, eficiente y transparente con afiliados, proveedores, asociados, colaboradores y comunicados en general	84
La empresa promueve en todos los momentos de contacto con los afiliados y sus familias un trato digno y respetuoso	94
La empresa facilita el trabajo y la comunicación a través de herramientas tecnológicas y sistemas de información efectivos	87
La empresa al identificar faltas e incumplimientos de normas o políticas interviene efectivamente en la corrección y define estrategias de prevención	78

4. Se elaboró y validó el procedimiento para el reporte de faltas al código de ética y buen gobierno por parte del proceso de Gestión de Talento humano, el cual ya se encuentra en nuestro sistema de gestión de calidad.

5. Se definió y socializó el Protocolo de atención de la empresa basado en el lema “SIRVO CON AMOR”, entregando el display de atención a todo el personal de la empresa, haciendo énfasis en el personal de línea de frente. Se anexa imagen del display:



6. Se socializó el código de ética y buen gobierno así como la línea ética: “Quiero contarles” el mecanismo definido por la empresa para recepcionar las quejas asociadas con el incumplimiento del código de ética y buen gobierno ubicado en la página web de Asmet salud.

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 10

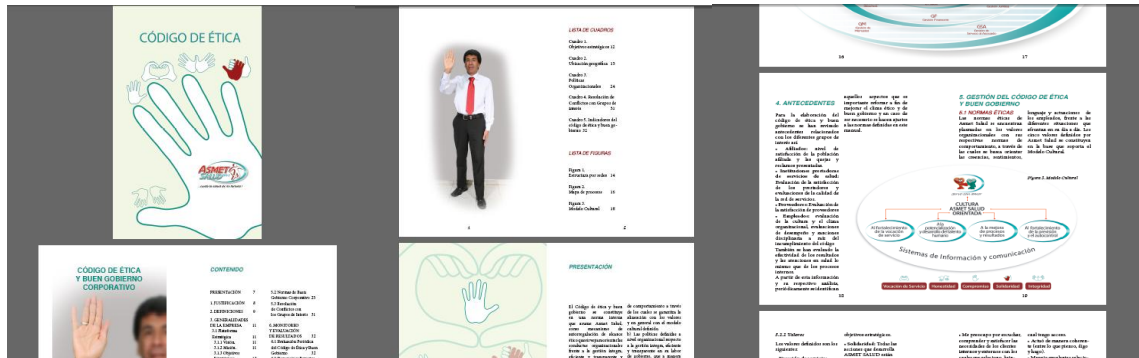


PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO
CÓDIGO DE ÉTICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
D-M-02 Ver 2

Esta socialización se realizó con todo el personal de la empresa, en el mes de noviembre, en el marco del aniversario número 19 de Asmet salud. Se anexan imágenes:



Se hizo entrega en medio magnético del código de ética y buen gobierno a todo el personal de la empresa en el mes de noviembre. Se anexan imágenes del documento enviado:



7. Teniendo en cuenta los mecanismos de prevención, control y seguimiento al cumplimiento del código de ética y buen gobierno, se realizaron las siguientes acciones:

- En el mes de septiembre se conformó el comité de ética de la empresa.
- A partir de la creación de “QUIERO CONTARLES”, se recibieron 60 mensajes de correo electrónico, relacionados con los siguientes aspectos:

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 11



MENSAJES LINEA ETICA RELACIONADOS CON:	CANTIDAD DE MENSAJES RECIBIDOS
INQUIETUDES AFILIACION	7
PQR'S	27
MOVILIDAD	5
DENUNCIAS INCUMPLIMIENTO CODIGO DE ETICA Y BG	5
TRAMITES DE CERTIFICACIONES	2
PORTABILIDAD	6
SOLICITUD DE INFORMACION	8
	60

Teniendo en cuenta lo anterior, se revisaron por el comité de ética los 5 mensajes asociados con el incumplimiento del código de ética y buen gobierno, encontrando que de 5 de los mensajes 3 hacen referencia al mismo caso (son repetidos y enviados en diferentes fechas); por lo que se hace la revisión de dos casos. El comité investigó y recogió la información necesaria de los procesos de la empresa involucrados y luego del análisis el comité conceptuó que en ninguno de los dos casos se presenta incumplimiento a normas o políticas de la empresa; por lo que se procede a archivar.

Por otra parte, durante el segundo semestre del 2014, llegaron al proceso de Gestión Jurídica 67 solicitudes de Investigación disciplinaria aumentado en 53 casos en comparación con el primer semestre del mismo año (14), las cuales se describen a continuación:

VALOR EMPRESARIAL TRANSGREDIDO EN EL ACTUAR DE LAS PERSONAS CON INVESTIGACION LABORAL:	NUMERO DE INVESTIGACIONES II SEMESTRE AÑO 2013	NUMERO DE INVESTIGACIONES I SEMESTRE AÑO 2014	NUMERO DE INVESTIGACIONES II SEMESTRE AÑO 2014
Compromiso	0	2	48
Honestidad_integridad_compromiso	4	9	19
Honestidad	0	2	0
Integridad	0	1	0
	4	14	67



✓ El Valor sobre el cual más Investigaciones se adelantaron en el segundo semestre del año 2014, fue el de Compromiso, siendo en el primer semestre del mismo año los valores de Honestidad_integridad_compromiso al igual que en el año 2013.

TIPO DE SANCION	NUMERO II SEMESTRE 2013	NUMERO I SEMESTRE 2014	NUMERO II SEMESTRE 2014
Suspensión	1	2	2
Despido	3	1	0
Amonestación escrita	0	5	0
Archivado	0	0	1
Trámite	0	4	64
	4	14	67

✓ La principal sanción producto de las investigaciones durante el año 2014, fue la amonestación escrita ya que aún 68 casos se encuentran en trámite.

SEDE	I SEMESTRE 2014	II SEMESTRE 2014
CALDAS	1	1
CAQUETA	0	3
CAUCA	0	6
CESAR	1	5
HUILA	3	3
NACIONAL	0	8
NARIÑO	0	5
QUINDIO	0	1
RISARALDA	1	18
SANTANDER	4	2
TOLIMA	0	5
VALLE	2	7
BOGOTA	2	1
INDETERMINADO (están involucradas personas de diferentes sedes)	0	2
	14	67



- ✓ La sede con mayor número de investigaciones disciplinarias relacionadas con el Código de Ética en lo transcurrido este año fue la sede Risaralda y Santander.

8. PROMOCION DE LOS VALORES EMPRESARIALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL:

CAMPAÑAS DE SOLIDARIDAD: como promoción del Valor de la solidaridad a nivel de toda la empresa, Asmet Salud al identificar situaciones de calamidad de sus colaboradores, manifiesta su apoyo organizando las campañas de Donación a nivel Nacional o Dptal según el caso, por descuentos de nómina. A continuación se describen las campañas de donación que se presentaron en lo transcurrido de este año:

SOLIDARIDAD CON EL EMPLEADO: \$13.322.211

SOLIDARIDAD CON FAMILIA DEL EMPLEADO: \$711.500

En total se recaudaron \$14.033.711 en 7 campañas de donación, como apoyo a nuestros compañeros.

CAMPAÑA LUZCA BIEN SIENTASE MEJOR:

Afianzando nuestro valor de la solidaridad con nuestros afiliados, luego del quinto taller LUZCA BIEN SIENTASE MEJOR realizado en el mes de marzo en la ciudad de Florencia, se llevó a cabo en Bucaramanga y en Popayán con la participación de 11 y 15 mujeres respectivamente, en los meses de octubre y noviembre.

El taller LUZCA BIEN SIENTASE MEJOR, es una campaña promocionada por la ANDI, a la cual se ha unido Asmet salud y se encuentra dirigida a mujeres que padecen cáncer.

Cerramos el año 2014 con la realización de 7 talleres a nivel Nacional, pensando en el bienestar de nuestras afiliadas.

<i>Elaborado por: Comité de Gestión Nacional</i>	<i>Revisado por: Gerente de Calidad</i>	<i>Aprobado : Gerente General</i>
<i>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</i>		<i>Aprobado en febrero de 2010 14</i>



Fotografías del evento realizado en la ciudad de Bugaramanga (Sede Santander)

En concordancia con nuestra filosofía organizacional, la empresa se ha adherido a dos campañas de solidaridad que promueven el cuidado del medio ambiente y a su vez promueven la salud de la población colombiana:

Pilas con el ambiente- Campaña de la ANDI que busca disminuir la contaminación del planeta con las sustancias nocivas que se encuentran en las pilas, garantizando la disposición final adecuada de estos elementos.

Tapas para sanar- Campaña de reciclaje de Tapas plásticas de la Fundación SANAR, para patrocinar los procesos de apoyo en salud, psicológico y social que requieren niños y adolescentes con cáncer.

SEDE	PILAS		TAPAS
	UNIDADES	PESO GR	PESO GR
CALDAS	547	12719	
CAQUETA	967	41600	50,39
CAUCA	226	3145	
CESAR	1129	60533,1	59
HUILA	0	0	
NACIONAL	360	6069,85	
NARIÑO	865	405753,85	104
QUINDIO	120	3745	14,5
RISARALDA	181	6700	
SANTANDER	747	5300	
TOLIMA	173	3050	2
VALLE	490	14000	
VICHADA	170	2250	1
TOTAL	5975	564865,8	230,89
		565 kilos	

Durante el año 2014, se recogieron a nivel de toda la empresa 565 kilos de pilas aproximadamente, apoyando la campaña PILAS CON EL AMBIENTE de la ANDI y 230

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 15



gramos de tapitas plásticas, con el fin de apoyar la campaña TAPITAS PARA SANAR de la FUNDACION SANAR.

ACTIVIDADES DE SOLIDARIDAD ADICIONALES, GESTIONADAS POR LOS COORDINADORES DE GESTION DE TALENTO HUMANO EN SU SEDE:

SEDE	CAMPAÑA	ACTIVIDAD	POBLACION BENEFICIADA	INVERSION
CALDAS	SOLIDARIDAD	Donacion de ropa y alimentos que recolectaron en la sede	albergue el buen samaritano, la misericordia y fundacion maria C	***
CESAR	SOLIDARIDAD	Donación juguetes a niños hospitalizados en HEAS HRPL, La actividad duro 4 horas (1 por día)	130 Niños de diferentes sectores de la ciudad	Aportes por funcionarios de diferentes procesos
NACIONAL	SOLIDARIDAD	Donación 2 pacas de pañales adultos mayores	Fundación San vicente de Paul	Aporte de los procesos gr-gth
	SOLIDARIDAD	Donación kits dentales y juguetes para niños de escasos recursos	Fundacion Jardin del Niño Dios	***
NARIÑO	SOLIDARIDAD	Entrega de 4 mercados para 4 familias	Usuarios Asmet Salud	\$ 1.253.000
RISARALDA	SOLIDARIDAD	Entrega de obsequios como cortesia de todos los empleados de la Sede Risaralda (Previa inscripcion de los niños para la organizacion de los obsequios en navidad).	hijos de usuarios de Asmet salud	***
BOGOTA	SOLIDARIDAD	Donación de regalos para 20 niños de albergues lupita, llano- orinoquia	Niños de los albergues lupita, llano, orinoquia	***

II. INDICADORES

El cumplimiento del código de ética y buen gobierno se evaluará periódicamente a través de diferentes variables que miden la aplicación de los comportamientos asociados a los valores y a las políticas organizacionales definidas por Asmet Salud, las cuales se presentan a continuación y se describen en el Código de Ética y Buen Gobierno de la empresa.

Elaborado por: Comité de Gestión Nacional	Revisado por: Gerente de Calidad	Aprobado : Gerente General
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		Aprobado en febrero de 2010 16



Indicadores	Fuente	Periodicidad	RESULTADO
Nivel de aplicación de los Valores	Evaluación de clima organizacional (solo incluye la variable valores)	Anual, se midió en julio del 2014	77%
Nivel de aplicación de las Políticas organizacionales	*Evaluación de clima organizacional (solo incluye la variable Políticas)	Anual, se midió en julio del 2014	80%
Nivel de percepción externa frente a la gestión ética y de buen gobierno	*Evaluación de imagen corporativa"	Anual, se medirá en el año 2015	NA

Esto nos indica que para ser la primera medición de la gestión del código de ética y buen gobierno por parte de la empresa y teniendo en cuenta todos los esfuerzos que se han venido haciendo para cimentar una cultura del servicio dentro de un ambiente ético; el afianzamiento de valores y cumplimiento de políticas organizacionales al interior de ASMET SALUD se encuentra en un nivel adecuado.