



PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

El presente documento va dirigida a la división de APOYO DE GERENCIA Y DEPARTAMENTAL, quienes llevarán a cabo la implementación del Código de Ética.

CONTENIDO

1. Gestión del uso del código de ética por parte de la empresa	3
2. Responsable de la implementación del Código de Ética	3
3. Pasos para la implementación del código de ética	4
i. Preparación	4
ii. Difusión inicial	5
iii. Lanzamiento	5
iv. Mantenimiento	5
v. Reforzamiento	6
4. Indicadores de gestión	6
5. Cronograma	8
6. Presupuesto	3

1. Gestión del uso del código de ética por parte de la empresa

El código de ética es un conjunto de pautas que permiten direccionar las acciones y decisiones de los miembros de la organización en línea con sus valores y preceptos para el logro de los objetivos de la entidad.

Por ello es importante realizar una estructura de actividades que permita consolidar el manejo óptimo del código de ética. Es decir, la organización deberá llevar a cabo un plan de implementación del código de ética con el propósito de hacer efectiva su misión y visión de manera íntegra y transparente.

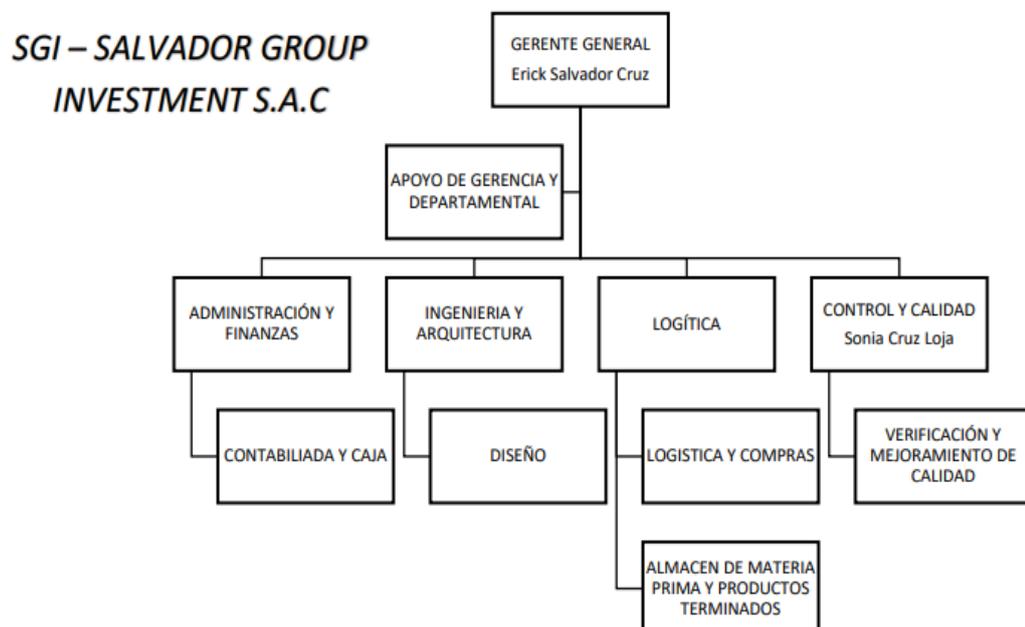
La organización autorizará e implementará el código de ética de manera que se asegure de su correcta difusión, aplicación y mejora continua a través de la retroalimentación de los resultados que muestre el análisis de los indicadores.

Además, se el área responsable de la implementación deberá comprometerse con la aplicación oportuna de las actividades establecidas en el cronograma del plan de implementación.

2. Responsable de la implementación del Código de Ética

APOYO DE GERENCIA Y DEPARTAMENTAL

En la imagen 1 se observa el organigrama de la organización, como es del conocimiento general, la división de APOYO DE GERENCIA Y DEPARTAMENTAL tiene las funciones de asesoramiento de contratos (privados



y con el estado) y cotizaciones manteniendo contacto directo con la Gerencia General, por ello esta división será la encargada de implementar el código de ética.

Fuente: SGI - SALVADOR GROUP INVESTMENT S.A.C.

3. Pasos para la implementación del código de ética

Los canales de implementación serán:

- Presenciales
- Comunicados organizacionales
- Digitales

I. Preparación

La etapa de preparación permite acondicionar diferentes herramientas para la introducción del código de ética:

- Preparación de materiales que sirvan de apoyo para dar a conocer el código de ética.
- Estructuración de charlas informativas acerca del código de ética y su difusión
- Diseño del contenido de talleres para la puesta en práctica del código de ética con situaciones reales.

II. Difusión inicial

Como acción inicial, se hará la entrega de afiches impresos a los colaboradores donde se haga presente el conocimiento general de la implementación e importancia de un Código de Ética en la empresa.

Por otro lado, en cuanto a los canales digitales, se enviarán correos informativos a los usuarios para dar a conocer la existencia (nota informativa), actualizaciones y capacitaciones sobre el Código de Ética. De la misma forma, se usará este medio para entregarlo en formato virtual para evitar pérdidas del documento físico y tener la seguridad de que ha sido entregado a todos los usuarios.

Finalmente, se realizarán reuniones donde se hará la entrega del documento físico de aceptación o compromiso cada trabajador que deberán leer y firmar. Asimismo, se hará un resumen expuesto sobre los puntos importantes que

contiene el código de ética y se coordinarán las próximas sesiones de capacitación para mejorar el conocimiento y comprensión del código de ética.

III. Lanzamiento

En el canal presencial, se trabajará con talleres y reuniones presenciales durante tres meses, comenzando el día de la primera reunión informativa del código de ética, y consistirá de una explicación general de los puntos que se abordan en el código de ética, se llevarán a cabo representaciones de situaciones de interés de conflicto para su análisis, en otro caso se analizarán casos reales para su discusión.

Otra utilidad del canal digital, será el uso del mismo para establecer una línea de comunicación interna para recibir dudas, inquietudes y denuncias, el cual, estará a cargo del encargado del área de apoyo a la gerencia, puesto que es la persona que conoce a los miembros de la organización y está al tanto de sus actividades y horarios. Para ello, se establecerán los siguientes canales de comunicación:

- Correo electrónico donde se podrá mandar un correo con denuncias sobre algún incumplimiento del Código de Ética.
- Buzón de preguntas online para resolver inquietudes o dudas
- Línea telefónica, donde podrán hacer denuncias y resolver inquietudes.

Las dudas e inquietudes recibidas deberán ser atendidas en su totalidad, si se trata de dudas o denuncias provenientes de talleres o reuniones, se resuelven al terminar el evento, si se trata de dudas o denuncias obtenidas virtualmente, se absuelve de manera virtual y de ser necesario se concreta una reunión. Otra aplicación de los afiches será su uso para difundir mensajes clave del Código de Ética.

En esta etapa el canal digital será de vital importancia para el análisis del conocimiento y comprensión del contenido del código de ética a través de sondeos encuestas y concursos para nutrir la información de los indicadores. Uno de los indicadores es el nivel de conocimiento que tienen los usuarios sobre el Código de Ética. Por este medio se deben también recopilar dudas e inquietudes de los usuarios acerca del Código de Ética.

IV. Mantenimiento

Luego de realizada la instrucción e implementación del código de ética, se deberá evaluar la comprensión del contenido del código de ética periódicamente, el uso de los canales de comunicación y se buscará conocer el número de denuncias. De esta manera se sabrá qué mensajes se deben reforzar y cuales se comprendieron de manera correcta.

V. Reforzamiento

En la etapa de reforzamiento se deberá seguir realizando charlas y talleres que permitan mantener constantemente informado y monitoreado acerca del documento para asegurar su cumplimiento y establecimiento siguiendo los resultados obtenidos de las encuestas. Para lograr capacitar permanentemente a los colaboradores es necesario realizar capacitaciones, las mismas que consistirán en enviar textos con temas del código de ética y situaciones relacionadas, por correo y realizar un cuestionario sobre el mensaje que deja la lectura. Estas actividades se llevarán a cabo cada dos semanas.

Comunicación externa del Código de Ética:

Es importante realizar actividades para asegurar la comunicación externa del Código de Ética, por ello se deberá publicar el Código de Ética en el sitio web de la empresa. Además, se deberá hacer entrega de un Código de Ética vía correo a los Stakeholders externos como lo son proveedores y clientes más relevantes, con el objetivo de comunicar nuestro compromiso con mantener un esquema ético en nuestra cadena de valor.

4. Indicadores de gestión

Los siguientes indicadores se establecieron con el objetivo de medir el nivel de conocimiento y comprensión del Código de Ética por parte de los usuarios, así como la eficacia de las actividades realizadas en general. Indicadores clave:

INDICADOR	FÓRMULA	EXPLICACIÓN	ORIGEN DE LOS DATOS	EXPLICACIÓN DE RESULTADOS
Porcentaje de capacitaciones y/o talleres realizados	Número de capacitaciones y talleres realizados/ Total de capacitaciones propuestas	Se mantendrá un registro de las capacitaciones y talleres realizados a la división responsable sobre la implementación del Código de Ética.	Registro de capacitaciones y talleres realizados.	Se compara el número de capacitaciones y/o talleres realizados con el total de capacitaciones obligatorias (24), ara evaluar la realización de las capacitaciones propuestas.
Dudas por colaborador	Número de inquietudes/ Número total de usuarios de la organización.	Se recopila el número de dudas recepcionadas vía correo, línea telefónica y talleres presenciales y se un índice de denuncias por cada colaborador.	Registro de dudas obtenidas en talleres y vía correo o línea telefónica.	Se realiza un índice de dudas por colaborador para determinar el nivel de comprensión del Código de Ética y realizar acciones para reforzar su conocimiento.
Denuncias por colaborador	Número de denuncias/ Número total de denuncias de la organización.	Se recopila el número de denuncias recepcionadas vía correo, línea telefónica y talleres presenciales y se calcula el índice de denuncias por colaborador.	Registro de denuncias obtenidas en talleres y vía correo o línea telefónica.	Se determina un índice de denuncias por colaborador para determinar qué tan efectivos son los canales de denuncia.
Comprensión del Código de Ética	Número de personas capacitadas/ Número de evaluaciones respondidas dada la capacitación.	Se recopilan los resultados de las capacitaciones realizadas y se compara el número de evaluaciones respondidas contra el número de capacitaciones realizadas.	Registro de capacitaciones, talleres y evaluaciones realizadas.	Se evalúa la calificación que los colaboradores obtiene de la evaluación de la capacitación del Código de Ética para determinar el nivel de comprensión del código de ética.

6. Presupuesto

Actividad	Cantidad	Costo	Total
Programa de capacitación al personal	6	S/.300.00	S/.1,800.00
Entrega de afiches/boletines informativos	16	S/.1.00	S/.16.00
Impresión de los códigos de ética	5	S/.24.00	S/.120.00
Actualización de la página web	1	S/.50.00	S/.50.00
Realización del video institucional	1	S/.100.00	S/.100.00
Talleres acerca del Código de Ética	24	S/.50.00	S/.1,200.00
Realización de encuestas y sondeos	24	S/.10.00	S/.240.00
Total:			S/.3,526.00