Código de Ética

Ser jp

jp.group
inspiring people

SER **JP**

En 2019, jp.group completó 30 años de historia. Este viaje ha sido una gran aventura. Hemos pasado de ser una empresa portuguesa que ofrecía asistencia técnica a ser un grupo de empresas innovadoras y globales, cuya misión central es entregar soluciones que respondan a las necesidades de nuestros clientes, construyendo relaciones de cercanía y confianza, a través del compromiso y del profesionalismo de nuestros colaboradores.

A lo largo de este recorrido el mundo ha cambiado. Nosotros también hemos cambiado, pero hemos mantenido nuestra identidad y nuestros principios y valores esenciales. Al asumirnos como grupo, es importante aclarar dichos principios y valores. Por eso, la intención de este código es comunicarlos a los colaboradores, a los socios y a la comunidad en general.

Este documento, que se ha beneficiado de las contribuciones de numerosos colaboradores y gestores, es a la vez ambicioso y humilde. Tenemos la ambición de reforzar la conformidad de nuestras prácticas a principios éticos fundamentales, pero también tenemos que ser humildes.

Nuestra acción ética, más que un ideal, debe ser un proceso continuo, que requiere atención permanente por parte de todos: administración, gestores y todos los colaboradores.

Con ambición y humildad invitamos a todos los que trabajan en empresas propiedad de jp.group a leer este código, a identificar oportunidades de mejora y a que nos envíen sugerencias. La invitación se amplía a todas las partes interesadas. El código será un documento vivo, abierto a la mejora permanente.

Hemos "hecho lo que dijimos". Con este código, estamos "diciendo cómo lo pretendemos hacer". Esa transición requiere que nuestras prácticas sean coherentes con las palabras. Al comunicar la forma ética con la que queremos actuar, estamos asumiendo un compromiso, al cual debemos ser fieles. Se trata de un reto dirigido a todos, comenzando por los que lideramos jp.group.

La vida está llena de retos, y el de la acción ética es uno de los más valiosos. Creemos que vale la pena abrazarlo, no solo porque la ética contribuye a la reputación, a la prosperidad y a una convivencia sana, sino también porque es la forma correcta de actuar.

La administración,

João Paulo Sá Couto

Jorge Sá Couto

ÍNDICE

01 Objetivos

02 Ámbito de aplicación

03 Nuestro "modo de ser"

3.1. Principios de actuación
3.1.1. Cumplimiento de la legislación
3.1.2. Privacidad, confidencialidad e integridad de la información
3.1.3. Gestión y protección del patrimonio y otros recursos
3.1.4. Comunicación
3.1.5. Conflicto de intereses
3.1.6. Regalos y ofertas

3.2. Cómo nos relacionamos
3.2.1. Entre nosotros
3.2.2. Con los proveedores, los prestadores de servicios y otros socios de negocio
3.2.3. Con los competidores
3.2.4. Con los clientes
3.2.5. Con los gobiernos y las entidades públicas en funciones de regulación y supervisión
3.2.6. Con los partidos políticos
3.2.7. Con la comunidad

04 Informar sobre malas prácticas éticas

4.1. ¿Por qué es importante informar sobre malas prácticas?
4.2. ¿Quién puede informar sobre malas prácticas?
4.3. ¿Quién recibe la solicitud de aclaración o información sobre malas prácticas y cómo se gestiona el proceso?
4.4. ¿Cuáles son las consecuencias del incumplimiento del código?

05 Anexo

01 OBJETIVOS

Este código aclara los valores y los principios éticos de actuación de jp.group y cómo se deben traducir en nuestra relación con las diferentes partes interesadas. Consideramos partes interesadas o stakeholders a:

Personas y entidades, individuales o colectivas, que puedan afectar o verse afectadas por las actividades, productos o servicios de jp.group y por el desempeño asociado a los mismos. En esta categoría se incluyen, en particular, pero no exclusivamente: colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, prestadores de servicios, contrapartes, socios de negocio, competidores, autoridades públicas y de regulación, entidades financieras y comunidades locales.

El código pretende ser una herramienta de apoyo en la toma de decisiones, ante cuestiones éticas con las que nos deparamos durante la relación con las partes interesadas. Las cuestiones éticas son, por naturaleza, difíciles y, con frecuencia, complejas. El código pretende ser una ayuda en dichos procesos de toma de decisiones y reforzar la cultura ética en todas las empresas de jp.group mencionadas en las siguientes páginas.

Teniendo en cuenta los cambios que caracterizan a nuestro sector de actividad y la diversidad de contextos en los que actuamos, el código deberá ser un elemento vivo y en evolución. Por lo tanto, debemos volver a examinarlo y revisarlo con la misma ansia de mejora que nos ha permitido llegar hasta aquí.

02 ÁMBITO DE APLICACIÓN

El código, que cubre la actuación de jp.group en Portugal, se aplica a todos los colaboradores de las siguientes empresas del universo jp.group:

Se considera "colaboradores" a todos los miembros de los órganos sociales, dirigentes, trabajadores y becarios. El código también se aplica a prestadores de servicios que desarrollan actividades en instalaciones de jp.group o arrendadas por el grupo, así como a todos aquellos que, de forma permanente u ocasional, actúan en nombre de jp.group.
Todos los que estamos cubiertos por este código debemos leerlo y respetarlo. También debemos contribuir para mejorarlo siempre que tengamos la oportunidad. Y tenemos el deber de comunicar las prácticas de incumplimiento que conozcamos. En la parte final de este documento, se explica de forma resumida el proceso a través del cual se puede realizar dicha comunicación. Los detalles del proceso se incluyen en el reglamento (vea anexo) que orienta la gestión del desempeño ético en jp.group.

03 NUESTRO "MODO DE SER"

Pretendemos ser un grupo de confianza, que honra los compromisos, usa los medios correctos para alcanzar sus objetivos y que se preocupa por las personas: las que trabajan en jp.group, pero también los miembros de las comunidades en las que nos encontramos, y todas las personas que, directa o indirectamente, se vean afectadas por nuestra actividad y por nuestros productos y servicios. Para ser un grupo de confianza, debemos velar por la prosecución de dos objetivos. En primer lugar, debemos actuar según seis principios de actuación esenciales:

- Respetar la ley.
- Respetar la privacidad de personas y entidades, así como la confidencialidad y la integridad de la información.
- Gestionar de forma responsable y proteger el patrimonio y los recursos, los nuestros y los de terceros que estén a nuestro cargo.
- Proporcionar información verdadera, rigurosa, objetiva y clara.
- Evitar el conflicto de intereses.
- Cumplir las reglas de hospitalidad y de ofertas/regalos.

Nuestros valores esenciales

En segundo lugar, esos principios de actuación, que se detallan en las siguientes secciones del código, deben ser fomentados por los cinco valores de jp.group, recordados en la Figura 1.

Ambición

¡Somos audaces! ¡Queremos seguir creciendo y evolucionar! Queremos corresponder, cada vez mejor, a los deseos de nuestros clientes.

Humildad

Contamos con una historia de éxito, pero no nos olvidamos de dónde hemos venido y de cómo hemos llegado hasta aquí. No subestimamos a los demás. No nos dejamos deslumbrar por el éxito y seguimos aprendiendo de forma continua. Intentamos reconocer nuestras fuerzas y limitaciones, respetamos las fuerzas de los demás y estamos dispuestos a aprender. Valoramos la humildad en las relaciones interpersonales dentro de jp.group. Por lo tanto, debemos ser ambiciosos y humildes.

Persistencia

Somos determinados y no desistimos ante los obstáculos. Queremos ser cada vez mejores en lo que hacemos.

Integridad

Actuamos con honestidad, integridad y respeto. Queremos honrar nuestros compromisos con colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y otras partes interesadas, creando relaciones de confianza.

Cambio

Nuestra capacidad de adaptación, de innovación y de transformación ante los retos nos lleva más lejos y nos permite alimentar la ambición.

Esos valores son esenciales para jp.group por las siguientes razones:

• La ambición nos ayuda a mirar hacia el futuro con determinación. Nos permite identificar modos de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, actuales y futuras. La ambición también nos impulsa a ser cada vez mejores, en los productos y servicios, pero también en los procesos. De este modo, estamos en condiciones de actuar en pro de nuestra misión.
• La humildad nos ayuda a tener los pies en la tierra, a que no nos dejemos deslumbrar por los éxitos, a aprender de los errores, a asumir nuestros errores, y a respetar las fuerzas de los demás. El éxito pasado no nos garantiza el éxito futuro. Es la humildad la que nos ayuda a celebrar nuestros éxitos de forma sabia y sin complacencia.
• Los retos, las dificultades y los fracasos requieren persistencia y capacidad para lidiar con la adversidad. La persistencia y la determinación también nos ayudan a identificar y aprovechar oportunidades, y a mejorar continuamente en aquello que mejor sabemos hacer. La persistencia y la determinación son la energía que sostiene nuestra ambición.
• Para que nuestra ambición y nuestra persistencia sean factores de progreso sostenible y nos ayuden a ser lo que queremos ser – un grupo de confianza – debemos actuar con integridad y respeto, para que nuestros restantes valores sean consistentes con nuestra misión y merezcamos la confianza de nuestros interlocutores. Si somos ambiciosos, humildes y persistentes, pero no actuamos con integridad y respeto, corremos el riesgo de hacer las cosas correctamente, pero no lo correcto.
• Dado que el mundo cambia y las necesidades de nuestros clientes también cambian, nosotros debemos cambiar. Nuestros clientes esperan que innovemos, y la innovación requiere capacidad de cambio. El cambio es más sostenible cuando se basa en la ambición, en la humildad, en la persistencia y en la integridad. Por lo tanto, nuestro "modo de ser" (Figura 1) incluye nuestra identidad (un grupo de confianza), nuestros seis principios de actuación (cómo actuamos para merecer esa confianza) y los valores que apoyan esos principios de su acción. En general, se espera de los colaboradores que estén dotados de ambición y humildad, que sean persistentes y determinados, íntegros y capaces de cambiar y de desarrollarse en el ámbito personal y profesional.

(Figura 1)

3.1 PRINCIPIOS DE ACTUAÇÃO

La competencia técnica para el ejercicio de las funciones es crucial, pero no es suficiente. Los gestores de jp.group deben tener en cuenta los cinco valores cuando reclutan y seleccionan colaboradores, cuando los forman y los promocionan.
A continuación, se aclaran los principios esenciales. Nos ayudarán a que nos reconozcan como un grupo en el que se puede confiar, porque genera productos y servicios hechos a la luz de nuestros valores, incluyendo el valor de la integridad.

3.1.1 CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

Actuamos en conformidad con la legislación y la reglamentación vigente en las regiones en las que actúa jp.group .
Cooperamos con las autoridades en caso de investigación. También creemos que la conducta ética en los negocios requiere, a veces, algo más que la obediencia de la ley. Y sabemos que algunas acciones empresariales pueden no estar contempladas en la ley. Por esas razones, entendemos que el cumplimiento de la ley representa solo uno de los componentes que debemos tener en cuenta cuando evaluamos la corrección de nuestras decisiones. Por consiguiente, es importante que consideremos, acumulativamente, las siguientes cuestiones cuando debemos tomar decisiones (vea Figura 2):
1. ¿Esta acción o decisión respeta la ley?
2. ¿Esta acción o decisión es consistente con los valores que jp.group defiende?
3. ¿Me sentiría cómodo si mi acción se hiciera pública?
4. ¿Esta acción o decisión protege la reputación de jp.group como grupo de confianza?
Antes de decidir en nombre de jp.group, debemos responder afirmativamente a las cuatro cuestiones. Si tenemos dudas, debemos volver a leer el código y, si es necesario, consultar a una o varias de las siguientes entidades: gerente, departamento jurídico, proveedor de ética o departamento de recursos humanos.

Figura 2 | **Cómo proceder ante decisiones que requieren opinión legal y/o ética**

3.1.2

PRIVACIDAD, CONFIDENCIALIDAD E INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN

Se debe garantizar la privacidad, la confidencialidad y la integridad de la información (la nuestra como grupo de empresas, pero también la de los colaboradores, clientes y otras partes interesadas). La información crítica (que por eso se debe mantener confidencial) cubre áreas tan importantes como las siguientes: financiera, recursos humanos, tecnologías, especificaciones técnicas, procesos, planes estratégicos y comerciales, futuros productos y servicios, contratos, fusiones y adquisiciones, secretos de negocio, resultados económico-financieros, especificaciones técnicas, solicitudes de patentes, precios y uso de nuestros productos, etc.
Nos comprometemos a proteger y salvaguardar la integridad y la exactitud de la información y a velar por el rigor de los métodos de procesamiento y por la integridad de los respectivos soportes (sistemas, infraestructuras u otros activos). Nos comprometemos a cumplir los deberes de confidencialidad y a respetar la privacidad de la información y las leyes de protección de datos. No transmitimos a terceros no autorizados los datos a los que tenemos acceso. No procesamos información personal de modo inconsistente con los propósitos para los que se recogió originalmente, excepto después de obtener la autorización de la persona mencionada.

Privacidad de la información

La protección de la privacidad de las partes interesadas y de sus datos personales constituye un compromiso fundamental de todas las empresas de jp.group.
La privacidad se refiere a datos personales; es decir, datos que permitan identificar o caracterizar de forma individual a un cliente, colaborador o a cualquier otro individuo. Se incluyen en el concepto de datos perso-nales, entre otros, el nombre, la dirección, el número de identificación civil o fiscal, el número de teléfono y/o teléfono móvil, la dirección de correo electrónico; así como los datos de tráfico (por ejemplo, origen, destino, trayecto, fecha, tipo, hora, tamaño y duración de los servicios utilizados), los datos de ubicación (cualquier dato que indique la posición geográfica del equipo terminal y del usuario de la red de comunicaciones) y los datos de contenido (por ejemplo, mensajes escritos y contenidos televisivos).

Por información protegida o confidencial, denominada globalmente por "Información", se entiende toda la información que, independientemente del soporte utilizado, conste de, pero no se limite a:

a) Obras, de cualquier naturaleza, en particular gráfica, escrita o sonora, no publicadas;
b) Compilaciones y selecciones informativas inéditas;
c) Documentación de carácter financiero;
d) "Know-how" o conocimientos técnicos, datos tecnológicos, métodos, fórmulas, demostraciones, muestras o estudios;
e) Programas de ordenador o bloques de programación en forma de código fuente o código - objeto;
f) Documentos comerciales, en particular listas de clientes;
g) Informes, "drafts", memorandos;
h) Todos los activos intelectuales, como conjunto de todos y cualquier resultado de investigación, protegidos o no por cualquier derecho de propiedad industrial;

jp.group garantiza la protección de los datos personales de sus empleados, accionistas, clientes, proveedores, proveedores de servicios, contrapartes, socios comerciales, competidores y otras personas singulares que puedan afectar o verse afectados por las actividades, productos o servicios de las empresas de jp.group .

Por «datos personales», entendemos la información relativa a una persona física identificada o identificable («titular de los datos»); se considerará identificable una persona física que pueda ser identificada directa o indirectamente, en particular por referencia a un identificador como, por ejemplo, un nombre, un número de identificación, datos de localización, identificadores en línea o uno o más elementos específicos de la identidad física, fisiológica, genética, mental, económica, cultural o social de dicha persona física;
Los datos de clientes, como bases de datos, contraseñas de acceso, direcciones de correo electrónico, accesos locales y remotos a programas y equipos, procesos de autenticación y archivos y / o cualquier otra información divulgada, por cualquier medio, en dicho contexto.

Puede consultar "AQUÍ" la Política de Privacidad de jp.group.

Confidencialidad de la información

Se considera información confidencial aquella que es propiedad de la empresa y que tiene valor para la misma si (a) se mantiene en secreto o (b) si se comparte en las condiciones de confidencialidad definidas por la propia empresa. Se trata de información que, al ser usada por los competidores, puede perjudicar a la empresa y traer una ventaja indebida a los competidores. Los derechos de propiedad intelectual están protegidos por la ley, pero hay mucha información

de la empresa cuyo valor, al no estar bajo la tutela de dichas leyes, solo se puede proteger mediante la confidencialidad. jp.group intentará aclarar específicamente la información considerada confidencial.

Integridad de la información

Se mantiene la integridad de la información cuando (a) no se realizan modificaciones de la información o de sus recursos de soporte (sistemas, plataformas, infraestructuras, otros activos) por personas o procesos no autorizados; (b) no se realizan modificaciones no autorizadas por personas o procesos autorizados; (c) los datos tienen consistencia interna y externa (por ejemplo la información interna es consistente con la situación externa).

En cuanto al uso de la información, siempre debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Mantener la integridad de la información.
- Respetar los derechos de privacidad de la información.
- No compartir con jp.group información confidencial que sea propiedad de otras empresas en las que se han ejercido funciones anteriormente.
- No compartir información confidencial con personas externas a jp.group, inclusive familiares y amigos.
- No hablar sobre información confidencial en espacios públicos, en los que dicha información pueda ser oída por terceros.
- No dejar información confidencial en lugares a los que puedan acceder terceros.
- No copiar información confidencial a ordenadores o sistemas que no pertenezcan a jp.group.
- Proteger la información confidencial en todas las fases del ciclo de gestión de la misma: creación, recogida, almacenamiento, uso, transmisión y eliminación.
- Rechazar el acceso a información que cumpla por lo menos uno de los siguientes requisitos: (1) que sea confidencial, (2) que se haya obtenido por medios ilegales, ilícitos o no éticos, (3) o que viole alguna norma o principio de este código.
- Informar a la empresa sobre cualquier acceso, real o sospechoso, no autorizado a sistemas e informaciones de jp.group.

Información de viajes

Hay información que, aunque pueda parecer irrelevante, es importante puede entrar en conflicto con los mejores intereses de jp.group si se divulga. Imaginemos que hacemos un viaje en el ámbito de un negocio de jp.group. La información sobre los lugares en los que hemos estado o sobre las personas con las cuales hemos interactuado puede ser importante para proteger los mejores intereses de jp.group. Para tomar decisiones más correctas en ese caso, debemos proceder del siguiente modo:

- Antes de salir de viaje, debemos consultar a nuestro gerente y, en caso de duda, al responsable de la comunicación de jp.group sobre los contenidos que podemos compartir en las redes sociales.
- Antes de divulgar la información, aunque esta parezca ser personal, debemos preguntarnos si su divulgación puede afectar negativamente a los mejores intereses de jp.group.
- Después del viaje, debemos consultar a nuestro superior y, en caso de duda, al responsable de la comunicación de jp.group, sobre lo que podemos divulgar.

Figura 3 | **Antes de expresarnos en las redes sociales sobre algún asunto relativo a jp.group, debemos responder a las siguientes cuestiones:**

01 ¿Estoy seguro de la veracidad y de la exactitud de la información que poseo?

02 ¿Esta opinión puede afectar negativamente y de modo incorrecto a la reputación de jp.group?

03 Al pronunciarme sobre jp.group, ¿estoy cumpliendo mis deberes de confidencialidad?

04 Al pronunciarme sobre jp.group, ¿estoy cumpliendo mi deber de lealtad a la empresa?

Si no podemos responder afirmativamente a las cuatro cuestiones, debemos consultar a nuestro gerente. Si la duda continúa, debemos consultar al responsable de comunicación de jp.group.

3.1.3 COMUNICACIÓN

En el contexto de una relación de confianza, la información que ofrecemos a clientes, proveedores, prestadores de servicios, accionistas/socios y colaboradores debe ser verdadera, rigurosa, objetiva y clara. En la rendición de cuentas, no ocultamos información relevante sobre el desempeño económico, social o ambiental de jp.group.

Toda la información sobre jp.group proporcionada a la comunicación social o divulgada en las redes sociales o en cualquier otro medio o canal externo, debe ser ofrecida por personas autorizadas, o después de la autorización por parte del gerente o de la entidad apropiada en jp.group. Debemos ser verdaderos, respetar los parámetros culturales y éticos de la comunidad, contribuir a la imagen de cohesión de jp.group y promover la creación de valor y la dignificación del mismo.

Comunicación en las redes sociales

Como individuos, tenemos la libertad de utilizar las redes sociales (como Facebook, Twitter u otras) para expresar opiniones personales. Sin embargo, si la opinión se refiere a jp.group o a actividades específicas del mismo, debemos ser cautelosos y asegurarnos de que estamos actuando según los mejores intereses de jp.group. Podemos estar motivados por la mejor de las intenciones e, incluso así, cometer algún error, imprecisión o imprevisión.

He aquí un ejemplo: Imaginemos que vemos un post con una acusación relativa a jp.group que sabemos que es falsa. Antes de responder, debemos ponderar cómo proceder, por varias razones: (a) puede que no poseamos toda la información importante; (b) aunque la poseamos, puede ser confidencial o estratégica para jp.group, por lo que no debemos divulgarla. Para actuar correctamente, debemos avisar a la dirección de marketing y comunicación de jp.group, a través del email **marcom@groupjp.com**, para que se adopte la acción de respuesta más apropiada.

3.1.4

GESTIÓN Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO Y OTROS RECURSOS

En la gestión de los recursos y de los activos patrimoniales (propios y de terceros, materiales o inmateriales) que nos confían, respetamos la integridad de los mismos y salvaguardamos su valor. Para ello, es necesario que velemos por la protección y conservación del patrimonio y de los recursos (materiales o inmateriales) proporcionados para el desempeño de nuestras funciones (o a los cuales tengamos acceso en virtud de las mismas), protegiéndolos contra el fraude, el robo, la modificación o la pérdida derivada de actos de terceros. También es necesario que hagamos un uso racional y eficiente de los recursos y, en particular, que no usemos de forma indebida los recursos de la empresa para finalidades personales.

Ejemplos de lo que se considera patrimonio y otros recursos

Dinero, edificios y equipos, mobiliario, hardware y software, teléfonos móviles, entradas para eventos, objetos destinados a regalos comerciales y vehículos.

La información también es un recurso importante

La información, a pesar de ser inmaterial, también es un recurso fundamental, y debemos ser cuidadosos en el uso y en la divulgación de información sobre precios, productos y marcas registradas. Como principio general, no debemos divulgar dicha información ni usarla para perseguir intereses que no sean los de jp.group. Vea la sección sobre “Privacidad, confidencialidad e integridad de la información”.

Otros recursos que debemos considerar

1. El tiempo de trabajo también es un recurso. Debemos usarlo de manera apropiada: con dedicación, diligencia, empeño, puntualidad y asiduidad.
2. Los recursos electrónicos como el correo electrónico, el teléfono, los ordenadores, las redes o el software de la empresa (o contratados por la empresa a entidades externas) también se deben usar de forma correcta. Su uso personal debe ser razonable y no debe interferir con el curso ordinario de las actividades ni con la capacidad de los colaboradores jp.group para satisfacer las responsabilidades y la tareas inherentes a la función.

3.1.5
CONFLICTO DE INTERESES

Existe conflicto de intereses cuando tenemos un interés económico o personal en una interacción que involucre a alguna empresa de jp.group. El conflicto de intereses puede perjudicar nuestra opinión objetiva, nuestra imparcialidad y nuestra lealtad como miembros de jp.group, llevándonos a acciones y decisiones perjudiciales para jp.group que, al ser descubiertas, pueden perjudicar la reputación del grupo.
Por lo tanto, como principio, debemos evitar intervenir en procesos de toma de decisiones que involucren, directa o indirectamente, a organizaciones con las cuales colaboremos o hayamos colaborado, o personas y entidades con las que estemos, o hayamos estado, unidos por lazos de parentesco o afinidad. Si nuestra participación en dichos procesos es necesaria nuestro deber es, para beneficio de jp.group, comunicar a nuestro gerente (o a otro responsable pertinente) la existencia de dichas relaciones, para que recibamos recomendaciones de acuerdo con la situación.

Actividades paralelas

Debemos abstenernos de ejercer funciones (remuneradas o no):
(a) fuera de las empresas de jp.group, siempre que dichas actividades cuestionen el cumplimiento de nuestros deberes como colaboradores de jp.group,
(b) en entidades cuyos objetivos puedan chocar o interferir de forma indebida con los objetivos de las empresas de jp.group.

Ejemplos de posible conflicto de intereses

1. Imagine que participa en un proceso de reclutamiento y selección de nuevos colaboradores de jp.group. Un candidato o candidata forma parte de su familia o tiene con usted una relación de cercanía que puede afectar a su imparcialidad como decisor. Debe informar a jp.group de dicha condición y, en principio, no debe participar en un proceso de reclutamiento y selección de ese tipo.
2. Suponga que es socio de una empresa que está negociando un contrato con jp.group. O suponga que algún familiar suyo es socio o administrador de dicha empresa. Su participación en la negociación corre el riesgo de ser parcial y de afectar a los mejores intereses de jp.group. Debe informar a jp.group de dicha condición y, en principio, no participar en un proceso de ese tipo.
3. Imagine que un familiar suyo o un amigo le invita a ser socio en una empresa que competirá contra jp.group. Esa participación, por sí sola, puede que no represente un conflicto de intereses, pero es importante ser transparente con jp.group para aclarar posibles dudas.
4. Suponga que, como miembro de jp.group, pretende tomar una decisión de compra (de bienes o servicios) a una persona o entidad con la cual tiene lazos de afinidad o parentesco. Aunque esté absolutamente convencido de que dicho proveedor es el que más beneficia a jp.group en cuanto a calidad, precio y plazos de entrega, debe ser transparente con jp.group y evitar colocar a la empresa en una situación que afecte negativamente a su reputación.

Cómo proceder cuando estamos ante un posible conflicto de intereses

- Debemos informar a jp.group de esa condición y, en principio, no participar en el proceso en el que dicho conflicto de intereses pueda ser perjudicial para la toma de decisiones.
- Debemos plantearnos siempre la siguiente cuestión: ¿mi posición y mi papel en este proceso pueden afectar negativamente a los intereses o a la reputación de jp.group?
- A veces no existe, objetivamente, conflicto de intereses, pero la situación específica puede generar, en los demás, la percepción de que dicho conflicto existe y puede afectar a nuestra opinión como miembros de jp.group. Debemos actuar para que dicha percepción no exista o, si existe, para que se aclare.
- Ante la duda, si pretendemos ejercer o nos invitan a ejercer alguna actividad caracterizada anteriormente como "actividad paralela", debemos aclarar nuestra situación a la empresa, ante el superior jerárquico, e informarnos sobre la mejor decisión a tomar.

3.1.6 REGALOS Y OFERTAS

Los regalos y las ofertas pueden formar parte de las relaciones empresariales. Sin embargo, para evitar las dudas éticas, deben obedecer algunas reglas. Deben ser regalos de cortesía, tener valor simbólico y respetar la cultura, los valores y las costumbres locales. En la relación con clientes, proveedores, gobiernos y otras entidades públicas y partidos políticos, debemos rechazar u ofrecer pagos u otros favores que se puedan interpretar como intentos de corrupción, soborno o cualquier tipo de favorecimiento.

Cómo debemos proceder cuando recibimos u ofrecemos regalos

Se debe informar a jp.group de todos los regalos recibidos u ofrecidos. En caso de duda sobre la aceptación del regalo o de la oferta, debemos consultar a nuestro gerente. También debemos reflexionar sobre tres cuestiones esenciales:

1. ¿Esta oferta puede afectar a la imparcialidad y a la opinión de quien tiene que tomar la decisión?
2. Si fuera de conocimiento público, ¿esta oferta me colocaría en una situación incómoda?
3. Si fuera de conocimiento público, ¿esta oferta afectaría negativamente a la reputación jp.group?

Si hemos respondido afirmativamente a alguna de estas cuestiones, debemos evitar ofrecer o recibir el regalo.

Los regalos no significan lo mismo en diferentes culturas

jp.group opera en diferentes países y regiones. Un regalo o un gesto considerado cortés en Portugal puede que se considere descortés, o incluso insultante, en otros lugares. Por ejemplo, en algunos países se considera cortés abrir el regalo delante de la persona que lo ofrece, pero en otros países dicho gesto se considera descortés. Algunos objetos o algunos colores que en Portugal tienen una connotación positiva, pueden tenerla negativa en otros países. Para evitar desaires, debemos informarnos sobre las particularidades culturales de nuestro interlocutor.

3.2 CÓMO NOS RELACIONAMOS

Las relaciones que desarrollamos entre nosotros, como colaboradores de jp.group, y nuestras relaciones con otras partes interesadas, deben guiarse por los valores y principios de actuación anteriormente enunciados.

3.2.1 ENTRE NOSOTROS

jp.group trabaja continuamente para proporcionar a los colaboradores elevados niveles de satisfacción y realización profesional. Con dicha intención, respeta sus derechos, proporcionándoles oportunidades de formación y desarrollo personal y profesional, promueve la igualdad de oportunidades, respeta la diversidad, proporciona condiciones apropiadas de salud, higiene y seguridad, reconoce y premia el mérito, se guía por la justicia equitativa y por la justicia de los procedimientos y de las relaciones entre gerentes y sus colaboradores y promueve el equilibrio entre las responsabilidades profesionales y las personales/familiares. En resumen, propicia un ambiente de trabajo respetuoso, justo, saludable, inclusivo, seguro para la expresión de opiniones y libre de prejuicios y de discriminación injustificada. jp.group repudia cualquier forma de asedio; es decir, cualquier comportamiento intimidante, ofensivo, insultante o humillante de cualquier persona. Y adopta normas de prevención y combate al acoso en el trabajo, conforme dispone la al. K), del artículo 127 del Código de Trabajo.

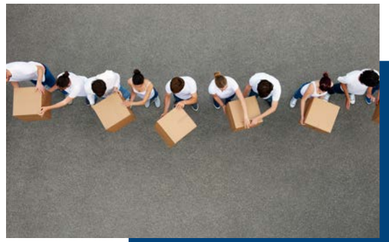
Un ambiente de trabajo respetuoso y productivo requiere que todos nosotros, como colaboradores y sobre todo como gerentes en los más diversos niveles, actuemos con respeto y orgullo profesional, mostremos espíritu de cooperación y entreayuda, sepamos escuchar (sobre todo a quien no está de acuerdo con nosotros) y que nos expresemos, tanto con palabras como con gestos, de un modo digno y respetuoso. La cortesía no debe impedir la frontalidad y la frontalidad no debe impedir la cortesía.

No mate al mensajero de la mala noticia

Aunque no estemos de acuerdo, debemos manifestar un desacuerdo respetuoso. Si estamos convencidos de la valía de nuestra perspectiva para la empresa, una forma de respetar a nuestro gerente y a nuestro equipo puede ser que manifestemos de forma responsable nuestro desacuerdo con los mismos. En jp.group, nadie debe “matar al mensajero de la mala noticia”. Todos debemos escuchar con respeto las opiniones de los demás, incluso aunque sean opuestas a las nuestras. Ese deber es especialmente importante para quien ejerce funciones de gestión.

Imparcialidad y profesionalismo

En las empresas de jp.group existen relaciones familiares y de cercanía que es necesario respetar. Pero también es necesario que dichas relaciones no dificulten la imparcialidad y el profesionalismo. Si durante el ejercicio de nuestras funciones nos relacionamos con personas de nuestra familia, debemos actuar con rigor, imparcialidad y profesionalismo, para preservar la confianza.



Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

• Colaborar y trabajar en equipo de forma abierta, transparente, constructiva y respetuosa, velando para que el resultado del trabajo conjunto del equipo o del departamento sea superior a la suma de los trabajos de cada uno;
• Contribuir a la colaboración entre equipos y entre departamentos;
• Lidiar con los conflictos de ideas y opiniones sin hacer ataques personales;
• Manifestar nuestras opiniones de modo libre, respetuoso y responsable;
• Respetar las opiniones de los demás, sobre todo, si ejercemos funciones de gestión;
• Asumir los errores y los fracasos y aprender con ellos;
• Apostar en el desarrollo profesional y en la mejora continua de nuestros conocimientos y competencias, obteniendo el mejor uso de la formación y de las oportunidades de desarrollo promovidas por la empresa;
• Actuar de forma profesional, responsable y leal con jp.group, empeñándonos en cumplir las políticas definidas y en salvaguardar la reputación de la empresa en todas las situaciones;
• Comunicar conductas (ejemplos: peligros para la salud, higiene y seguridad; discriminación; comportamiento ofensivo, etc.) que choquen con los valores de respeto y dignidad destacados en este código y, específicamente, en esta sección.

3.2.2

CON LOS PROVEEDORES, LOS PRESTADORES DE SERVICIOS Y OTROS SOCIOS DE NEGOCIO

jp.group cree que nuestros proveedores, prestadores de servicios y otros socios de negocio forman parte de una cadena más amplia en la cual estamos integrados. Nuestro modo ético de actuar se refleja en la legitimidad de la acción con nuestros clientes y, en última instancia, en el impacto que tenemos en la comunidad. Por esa razón, seleccionamos a nuestros proveedores con base en su idoneidad y confiabilidad, su respeto por la ley y por los derechos humanos y su mérito competitivo.
Negociamos en conformidad con el principio de la buena fe y honramos nuestros compromisos. Nuestros contratos deben estar claramente redactados, sin ambigüedades u omisiones importantes y deben respetar la ley y las disposiciones normativas internas sobre la materia (por ejemplo, políticas y procedimientos de compra, etc.).

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

• Cumplir las condiciones acordadas en los contratos con los proveedores (por ejemplo, pago puntual);
• No cometer abusos de poder en la negociación;
• Respetar y proteger la propiedad intelectual de los proveedores, incluyendo propuestas y precios;
• No fomentar ninguna forma de competencia desleal entre los proveedores;
• Comunicar cualquier aspecto del producto o servicio adquirido a nuestros proveedores que pueda afectar negativamente a la seguridad o a la salud de los colaboradores de la empresa, de los clientes o de otras partes interesadas;
• Informar a jp.group de cualquier tipo de práctica deshonesta, adoptada por algún proveedor, que pueda representar un intento de soborno o corrupción;
• Promover ante los proveedores el cumplimiento de los principios de actuación establecidos en este código.

3.2.3

CON LOS COMPETIDORES

jp.group desarrolla una práctica competitiva rigurosa y leal. Para ello, cumplimos las reglas y criterios del mercado, respetamos los derechos de propiedad material e intelectual de los competidores, no desarrollamos actividades o programas que representen abuso de una posible posición fuerte en el mercado y no viabilizamos otras formas de competencia desleal, como (a) acuerdos de reparto del mercado, (b) acuerdos de fijación de precios y (c) obtención de informaciones comerciales a través de medios ilegales. Además, no criticamos ni difamamos injustamente los productos y servicios de nuestros competidores.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

- Respetar los derechos de propiedad material e intelectual de los competidores;
- No desarrollar actividades o programas que representen abuso de una eventual posición fuerte en el mercado;
- No adoptar otras formas de competencia desleal, como (a) acuerdos de reparto de mercado, (b) acuerdos de fijación de precios, y (c) obtención de informaciones comerciales a través de medios ilegales;
- No criticar ni difamar injustamente los productos y servicios de nuestros competidores.

3.2.4

CON LOS CLIENTES

Nuestros clientes son muy diversos. Cada categoría de clientes implica particularidades que requieren acciones específicas de jp.group. Sin embargo, existe un trazo común a todos: permiten que nuestros productos y servicios lleguen a las poblaciones y nos ayuden a cumplir nuestra misión.
Teniendo en vista el hecho de ser para nuestros clientes un pilar de calidad y confianza, nos comprometemos a garantizarles el acceso a todas las informaciones sobre productos, servicios y precios, para apoyarlos en la toma de decisiones y para evitar cualquier tipo de ambigüedad en las condiciones de venta.
Nuestros servicios y productos se divulgan de modo verdadero, riguroso y profesional: en las ventas, en la publicidad y en los esfuerzos promocionales. No sobreestimamos las capacidades y el desempeño de nuestros productos y servicios, no ocultamos información relevante para el desempeño del producto o del servicio. Nuestro lema es: el cliente tiene derecho a hacer una compra informada, y nosotros tenemos el correspondiente deber. Somos conscientes de que la satisfacción de los clientes es una condición para la prosecución de nuestra misión.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

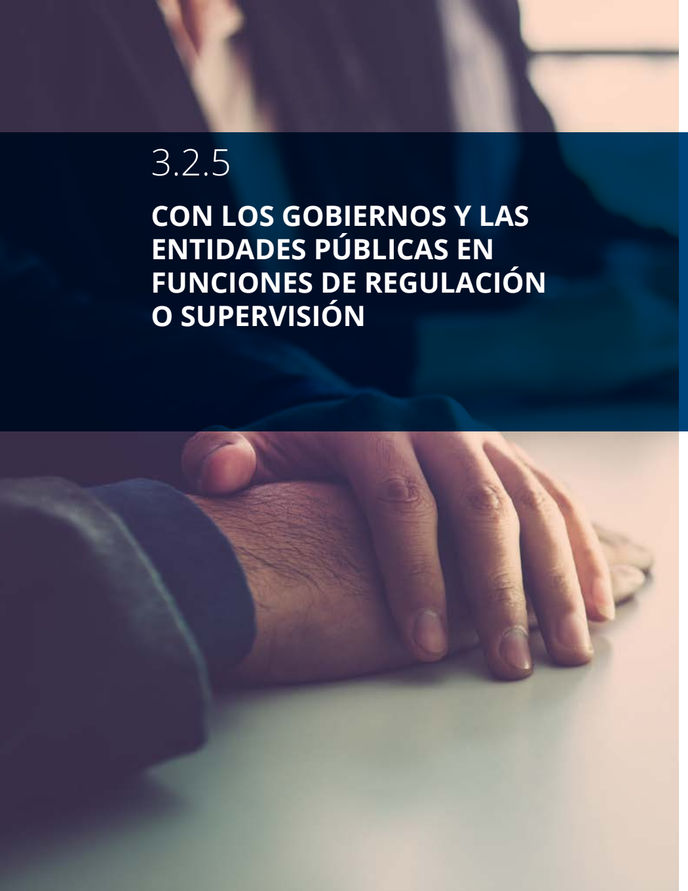
• Relacionarnos con los clientes de forma íntegra, rigurosa, profesional, empeñada, respetuosa, franca y cortés;
• Proporcionarles la información que les permita realizar una compra informada;
• Proporcionarles un servicio eficiente de atención y apoyo;
• Prestarles servicios y productos seguros y fiables;
• Cumplir con excelencia y de forma escrupulosa los términos y las condiciones acordadas con respecto a la ejecución del negocio y a la calidad del producto o servicio;
• Estar atentos y comunicar de inmediato y de forma responsable algún problema de nuestros productos y servicios del que tengamos conocimiento por medio de clientes, usuarios, empleados u otras personas.

Gobiernos y entidades públicas como clientes

En negocios con gobiernos y entidades públicas nacionales o regionales, jp.group se compromete a aplicar todas las normas de este código y a cumplir las leyes y reglamentos nacionales y locales que normalicen criterios específicos relativos a transacciones con dichos gobiernos y entidades. Naturalmente, las orientaciones anteriormente referidas para los clientes en general también se deben aplicar a los gobiernos y a las entidades públicas, pero se deben tener en cuenta algunas particularidades.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

• Asegurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la celebración de contratos con gobiernos y entidades públicas;
• Obtener información y asesoramiento sobre dichas leyes y reglamentos en el gabinete jurídico de jp.group o en otra unidad o departamento de jp.group que pueda ayudar sobre el conocimiento de la ley;
• Evitar conductas que se puedan interpretar como generadoras de favorecimiento concedido de forma indebida por el gobierno o una entidad pública a cualquier empresa cubierta por este código;
• No buscar nunca u obtener de forma indebida información confidencial sobre un contrato o compra a realizar por un gobierno o entidad pública, incluyendo información sobre propuestas de competidores o sobre el proceso de selección de la entidad en cuestión, antes de la apertura pública de las propuestas o de la adjudicación del contrato;
• Asegurar que los productos y servicios contratados y suministrados cumplen las reglas y normas relacionadas con inspecciones, certificaciones o garantías de calidad exigidas por el gobierno o entidades públicas;
• No realizar, en ningún caso, ofertas, ni contratar servicios de familiares de funcionarios públicos que puedan interferir de forma indebida en la celebración de contratos con entidades públicas;
• Garantizar que cuando haya proveedores o socios incluidos en negocios con gobiernos nacionales o locales, se avisa a dichos proveedores o socios de la necesidad imperativa de que también ellos deben cumplir escrupulosamente el punto anterior.



3.2.5

CON LOS GOBIERNOS Y LAS ENTIDADES PÚBLICAS EN FUNCIONES DE REGULACIÓN O SUPERVISIÓN

En la relación con gobiernos y entidades públicas en funciones de regulación o supervisión, nacionales o regionales, y en la respuesta a sus solicitudes, jp.group se compromete a responder de forma oportuna, transparente e idónea, ofreciendo información, comentarios o contribuciones sobre asuntos relevantes para las comunidades en las que operan. De igual modo, se compromete a prestar a las autoridades de regulación y supervisión toda la colaboración necesaria, satisfaciendo las respectivas solicitudes de forma rigurosa, transparente y oportuna.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

• Responder de forma oportuna, transparente e idónea a solicitudes de gobiernos y entidades públicas para el suministro de información, comentarios o contribuciones sobre asuntos relevantes para las comunidades en las que dichas autoridades operan;
• Prestar a las autoridades de regulación y supervisión toda la colaboración necesaria, satisfaciendo las respectivas solicitudes de forma rigurosa, transparente y oportuna;
• Antes de responder a dichas solicitudes, validar la exactitud y el rigor de la información con el departamento jurídico u otro departamento que pueda contribuir a dicha validación.

3.2.6

CON LOS PARTIDOS POLÍTICOS

jp.group adopta una postura de independencia ante partidos políticos, sin perjuicio de las relaciones comerciales o profesionales. jp.group no financia, en ningún caso, a partidos políticos u organizaciones cuya misión sea esencialmente política.
Como individuos y ciudadanos, tenemos el derecho de apoyar a partidos o asociaciones políticas y de expresar libremente opiniones políticas. Pero debemos hacerlo de forma unilateral y personal, jamás en calidad de representantes de jp.group. En dicha actividad individual, jamás usaremos ningún recurso, material o inmaterial, de jp.group.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

• Como representantes de jp.group, no adoptar posiciones políticas;
• No utilizar ningún recurso, material o inmaterial, de jp.group para eventuales actividades políticas llevada a cabo a título personal.

3.2.7
CON LA COMUNIDAD

jp.group cree que las empresas fuertes hacen que las comunidades sean más fuertes y viceversa. Actuamos con sentido de ciudadanía responsable en las comunidades en las que nos encontramos, intentamos ser, teniendo en cuenta la escala de nuestra actividad, agentes de desarrollo económico y social. También queremos ser reconocidos como un grupo de confianza en la relación con dichas comunidades. Nuestros negocios pueden ser un factor de transformación positiva de la sociedad (en particular, con niños y jóvenes) y queremos hacer un uso adecuado de dicho potencial para merecer la confianza de nuestros interlocutores.
Honrando nuestro deber con la comunidad más amplia, también respetamos el ambiente cumpliendo las leyes y reglamentos aplicables. Trabajamos para minimizar la "huella" ambiental generada por nuestras actividades empresariales y actuamos con sensatez en la gestión del uso del agua y la energía y en el tratamiento de residuos.

Como colaboradores de jp.group en diversos niveles nos comprometemos a:

- Apoyar, siempre que sea posible, las iniciativas dirigidas a la comunidad desarrolladas por jp.group;
- Presentar sugerencias a nuestro gerente, siempre que detectemos oportunidades de mejora relacionadas con la gestión de los recursos ambientales.

Relación con personas y entidades de otros países y zonas geográficas

En las relaciones con personas y entidades de otros países y zonas geográficas, debemos intentar comprender sus particularidades culturales. Las prácticas socialmente aceptadas vigentes en Portugal no tienen por qué coincidir con las que se aplican en otras culturas. Lo que se considera respetuoso en Portugal se puede considerar irrespetuoso en otras culturas. Por ejemplo, en algunas culturas, hacer preguntas sobre la familia de nuestro interlocutor de negocio se considera inadecuado, pero, en otras culturas, este tipo de cuestiones se considera normal e incluso socialmente recomendable. También existen diferencias en cuanto a las reglas de puntualidad, saludo, tratamiento personal y convenios de negociación.
Cuando nos relacionamos con clientes de otras culturas, debemos hacer un esfuerzo previo para comprender las diferencias culturales. Debemos tener también la humildad de aceptar y valorar las diferencias. No debemos actuar como "provincianos" culturales. Debemos informarnos sobre las particularidades culturales de nuestro interlocutor, a través de información obtenida de fuentes creíbles, lo ideal sería de más de una fuente.

El respeto por las diferencias culturales no implica una falta de respeto de la ética o de la dignidad

El respeto por las diferencias culturales no se debe confundir con la aceptación de prácticas que, aunque sean frecuentes en otros lugares (por ejemplo, corrupción, trabajo infantil, insalubridad de los lugares de trabajo, etc.), son éticamente inaceptables. La posibilidad de que las prácticas de corrupción y soborno o violaciones de los derechos humanos y de la dignidad de los seres humanos sean frecuentes en algunos lugares, no legitima que nosotros las adoptemos. Los valores de integridad y de respeto destacados en este código no se deben descuidar en ningún caso.

04 INFORMAR SOBRE MALAS PRÁCTICAS ÉTICAS

Este código pretende ser una herramienta privilegiada en la promoción de conductas éticas (qué debemos hacer), en la resolución de dilemas éticos (qué criterios y principios debemos seguir ante situaciones dilemáticas) y en la prevención de conductas no éticas (qué no debemos hacer). Por lo tanto, todos tenemos el deber de leer este código y de aclarar las dudas que puedan surgir de su lectura. Todos los colaboradores pueden recurrir a los órganos apropiados para obtener dichas aclaraciones.

Sin embargo, este código no se limita a fomentar conductas recomendadas, también aclara las acciones que debemos adoptar cuando se violan los principios enunciados en el mismo. Todos tenemos el deber de comunicar comportamientos que estén en conflicto con los valores, los principios y las normas incluidas en este código. En las siguientes secciones se explican las razones por las que dichas comunicaciones son importantes y los procedimientos a adoptar. Se debe entender por "malas prácticas" las prácticas de violación de valores, principios o normas de este código.

4.1 ¿Por qué es importante informar sobre malas prácticas?

Informar sobre malas prácticas o no conformidades es fundamental para mejorar nuestro desempeño y reforzar nuestra reputación como grupo de confianza. Por consiguiente, debemos informar por los canales apropiados sobres cualesquier comportamientos que violen principios y normas que consten en este código y, en general, cualquier conducta inapropiada que tenga como objetivo, o consecuencia, afectar negativamente a la dignidad de las personas o perjudicar de forma indebida la actividad de la empresa. Como se explica a continuación, la identidad de quien informa o comunica malas prácticas se mantiene bajo sigilo. Solamente el proveedor de ética y la administración tienen conocimiento de la identidad de la persona o de la entidad que informa. Además, no se tolerará ningún intento de venganza contra el autor del informe sobre la mala práctica.

4.2 ¿Quién puede informar sobre malas prácticas?

La responsabilidad de informar sobre malas prácticas corresponde a todos los colaboradores de jp.group. Debemos hacerlo de buena fe y seguir los procedimientos detallados. Sin embargo, cualquier otra parte interesada (proveedores, clientes, ciudadanos o cualquier persona que presencie u observe una práctica que viole las normas o principios de este código) podrá informar sobre una mala práctica. También debe hacerlo de buena fe.

4.3 ¿Quién recibe la solicitud de aclaración o información sobre malas prácticas y cómo se gestiona el proceso?

jp.group mantiene canales adecuados de solicitud de aclaración e información sobre malas prácticas. En la gestión de dichos canales, jp.group garantiza el sigilo de la identidad de quien recurre a ellos. La información debe ser idónea y no especulativa, con prejuicios o vengativa. Debe contener el nombre y los contactos de quien la hace, así como una descripción detallada de la situación sobre la que se informa. La información se deberá enviar a través de un formulario al siguiente email:

etica@groupjp.com

O por correo a:

PROVEEDOR DE ÉTICA
Rua da Guarda, 675
4455-466 Perafita

Además de la no venganza contra quien reclama, jp.group garantiza un tratamiento justo al aludido por la información sobre malas prácticas. El aludido tiene el derecho de acceder a la información que le concierne, siempre que dicho acceso no perjudique el establecimiento de la verdad. La información sobre una mala práctica no debe tener un enfoque personal ni buscar la venganza y el castigo del aludido. El posible castigo, aplicado después de una investigación rigurosa y después de escuchar al aludido es la consecuencia, no la finalidad. La finalidad es interrumpir la mala práctica y evitar que esta se repita. Por esa razón, la información sobre una mala práctica, destinada al proveedor de ética, solo es un paso del proceso de interrupción de la posible mala práctica. Como colaboradores de jp.group, debemos tener en cuenta el proceso resumido en la Figura 4. Los detalles están incluidos en el "Reglamento de gestión del desempeño ético", adjunto a este código.

Figura 4

Identificación de una potencial violación del código.	Antes de informar sobre una posible mala práctica ética, el autor deberá asegurarse de que posee información rigurosa sobre ella. En principio, el colaborador se debe poner en contacto con su gerente para (a) aclarar dudas sobre la actuación problemática en cuestión y (b) para hacer un primer intento de interrupción de la mala práctica.
Envío al proveedor de ética, (a) de solicitud de aclaración o (b) de información sobre la mala práctica	Si se considera que el enfoque al gerente no es la vía apropiada para interrumpir la práctica en cuestión, el colaborador puede pedir aclaraciones al proveedor y, en función de dicho enfoque, continuar o no con la información sobre la mala práctica. Si opta por continuar, debe hacerlo por escrito, detallando el contenido de la mala práctica y mencionando el tema del código que se está violando.
El proveedor se pone en contacto con el autor de la información. En el caso de que este confirme su intención, el proveedor lo comunica a la administración e instruye un proceso anónimo que se envía al Comité de Ética.	El proveedor se pone en contacto con el autor de la información en el plazo máximo de 5 días hábiles, para asegurarse de la correcta interpretación de la situación sobre la que se informa. En el caso de que el autor confirme su intención, el proveedor lo comunica a la administración y, después de realizar una averiguación resumida de la situación, instruye un proceso en el plazo máximo de 15 días hábiles, que envía al Comité de Ética, omitiendo la identidad del autor de la información.
El Comité de Ética analiza el proceso (anónimo) y decide si inicia o no las averiguaciones.	Si el Comité necesita una evidencia adicional sobre el informe de la mala práctica, da inicio a las averiguaciones, recurriendo a medios internos o externos adecuados. Si la identidad del autor del informe es necesaria durante las averiguaciones, la identificación requiere el consentimiento del autor, que debe ser solicitado al mismo por parte del Proveedor.
El Comité de Ética emite su opinión y la da a conocer al gerente del aludido.	El Comité de Ética emite su opinión sobre las prácticas de las que se ha informado, sugiere las medidas a tomar y las comunica al gerente del aludido.
El proveedor de ética comunica la opinión del Comité de Ética al autor de la comunicación de mala práctica.	El proveedor comunica al autor la opinión y la deliberación contenida en la misma en el plazo máximo de dos meses a contar desde la fecha del primer contacto del autor con el proveedor.

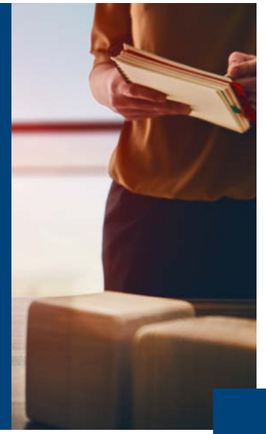
4.4 ¿Cuáles son las consecuencias de violaciones del código?

Todos los colaboradores, de cualquier nivel o función, que trabajan directa o indirectamente para jp.group, serán responsabilizados, a la luz de este código, por sus comportamientos. Las infracciones pueden originar medidas de carácter educativo y formativo, la revisión de procedimientos organizativos, o incluso una acción disciplinaria y punitiva en los términos de la ley y de los reglamentos internos de jp.group. La decisión disciplinaria y punitiva se tomará en función de la gravedad y recurrencia de la infracción, del grado de culpa del infractor y de las consecuencias del acto. También los proveedores y prestadores de servicios, a los cuales sea aplicable el código, están sujetos a medidas o sanciones establecidas contractualmente o derivadas de los procedimientos internos de jp.group.

ANEXO
REGLAMENTO DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO ÉTICO

1. Objetivos y ámbito de aplicación de este reglamento

Este documento, aprobado por el Consejo de administración de jp.group, tiene tres propósitos: (1) aclara la composición, las asignaciones y las responsabilidades del proveedor de ética y del Comité de Ética; (2) informa sobre el proceso de gestión del desempeño ético, así como sobre el papel ejercido en el mismo por esos dos órganos; (3) regula el proceso de recepción y tratamiento de los informes de posibles malas prácticas éticas, consideradas como infracciones a lo estipulado en el Código de Ética de jp.group (en lo sucesivo, denominado "Código"). Tiene el mismo ámbito del Código, tal y como se refiere en el n.º 2 del mismo.



2. Proveedor de Ética

2.1 Nombramiento y perfil

El proveedor de ética (Proveedor), es nombrado por el Consejo de administración de jp.group y es un buen conocedor de la realidad de jp.group. Su actuación se distingue por criterios de imparcialidad, rigor, prudencia, integridad y confianza. En caso de ausencia o impedimento se sustituye por el director de recursos humanos.
El ejercicio del mandato del Proveedor de Ética debe tener una duración de un año, que puede renovarse sucesivamente, sin límite de mandatos sucesivos o interpolados, después de la deliberación y evaluación de la Administración de jp.group.

2.2 Funciones

El proveedor apoya a la administración en la gestión del desempeño ético del grupo, acoge solicitudes de aclaración relativas a asuntos éticos y gestiona el proceso de información sobre posibles malas prácticas éticas (que envía al Comité de Ética). Las informaciones pueden provenir de colaboradores de jp.group o de cualquier parte interesada, individual o colectiva.

2.3 En la gestión de las informaciones sobre posibles malas prácticas éticas, le corresponde al Proveedor:

• Responder a solicitudes de aclaración e información sobre los contenidos del Código y eventuales infracciones al mismo;
• Recibir las informaciones sobre eventuales malas prácticas éticas de las que le informen;
• Seguir las investigaciones de los procesos que eventualmente se abran como resultado de dichas informaciones;
• Elaborar opiniones sobre medidas a adoptar después de dichas informaciones;
• Registrar y documentar todas las fases de cada proceso que haya instruido, desde la abertura hasta el cierre;
• Cumplir el principio del sigilo del nombre de los autores de las informaciones;
• Asegurarse de que las medidas propuestas por el Comité de Ética (Comité) se han implantado de manera efectiva.
• Convocar las reuniones, ordinarias y / o extraordinarias del Comité de Ética

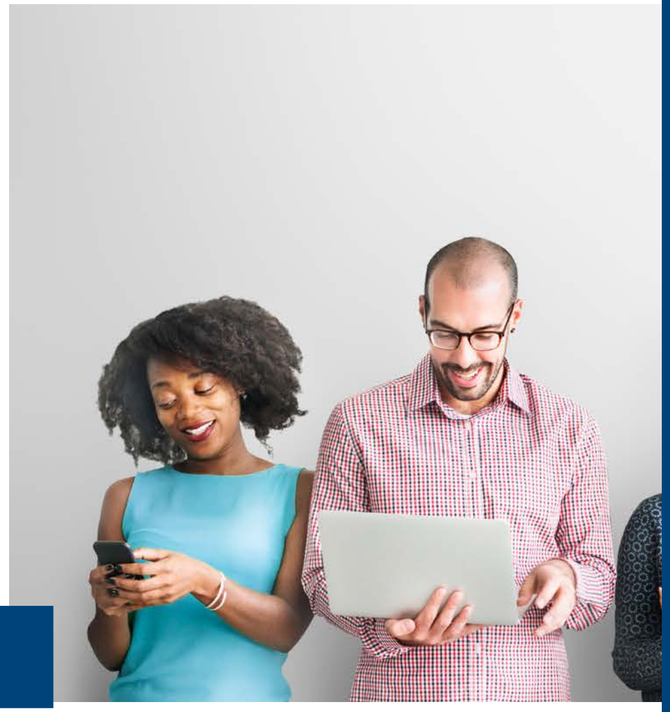
2.4 En el apoyo a la administración para la gestión del desempeño ético, le corresponde al Proveedor:

• Proponer políticas, objetivos y metas en materia de ética empresarial al Consejo de administración;
• Crear condiciones para que todas las personas y entidades cubiertas por el Código lo conozcan;
• Seguir la implantación del Código, a través de divulgación, sensibilización y formación;
• Elaborar informes regulares para el Consejo de administración;
• Elaborar un plan de acción anual (vea la siguiente sección);
• Elaborar un informe anual (vea la siguiente sección).

2.5 Plan de acción y prestación de cuentas

El Proveedor elabora un plan de acción anual para promover el fortalecimiento de la cultura ética en jp.group. El plan es aprobado por el Comité de Ética.

El Proveedor también elabora un informe anual de las actividades desarrolladas, incluyendo el resultado de los procesos habidos en el periodo, respetando siempre el anonimato, tanto de los autores de los informes de posibles malas prácticas como el de los aludidos por los mismos. El informe contiene, necesariamente, información sobre el proceso de gestión de los informes, y se incluyen en él aspectos como:
• Número de contactos recibidos (relativos a solicitudes de aclaraciones e informaciones sobre malas prácticas);
• Número de informaciones sobre malas prácticas aceptadas por el Comité;
• Asuntos cubiertos por las informaciones sobre malas prácticas (por ejemplo, normas del código violadas);
• Origen de las informaciones sobre malas prácticas (por ejemplo, colaboradores, proveedores, clientes);
• Medidas propuestas e implantadas como consecuencia de las comunicaciones de malas prácticas.



3. Proceso de gestión de las informaciones sobre posibles malas prácticas éticas

3.1. Cómo informar o pedir aclaraciones al Proveedor

Las solicitudes de aclaración e información, así como las informaciones sobre posibles malas prácticas éticas, se deben presentar al Proveedor, por carta, correo electrónico u otro medio que permita registrarlas.
Las solicitudes de aclaración e información deben contener nombre, dirección y teléfono de contacto de sus autores, así como una descripción detallada de la situación sobre la que se informa. Toda la información que consta en este proceso es confidencial. El conocimiento del nombre del autor de la información sobre la mala práctica queda circunscrito al Proveedor y a la administración de jp.group. Una vez realizada la solicitud de aclaración o información sobre la mala práctica, estos se deben registrar y no se deben eliminar.

3.2. Proceso de averiguación previa, por parte del Proveedor, de la información

El Proveedor se pone en contacto con el autor de la información sobre la mala práctica, como regla general y excepto en el caso de ausencia, en un plazo máximo de 5 días hábiles, para asegurarse de la correcta interpretación de la situación sobre la que se informa. También intenta asegurarse de que el autor posee información rigurosa sobre la posible conducta que ha violado el Código y, (b) teniendo en cuenta criterios razonables, intenta interrumpir la mala práctica, en particular, con su gerente. En el caso de que el autor mantenga la intención de continuar, el Proveedor instruye un proceso informativo que envía al Comité de Ética. Ese proceso, en el cual el nombre del autor se mantiene bajo anonimato, se debe enviar en un plazo superior a 15 días hábiles.

En la elaboración de este proceso, el Proveedor debe tener en cuenta:
• Resultados de posibles averiguaciones previas que haya realizado;
• Naturaleza y gravedad de la posible transgresión sobre la que se informa;
• Cargo del autor de la posible transgresión y sus responsabilidades;
• Historial del autor de la posible transgresión y circunstancias atenuantes;
• Medios utilizados y fines buscados por el autor de la posible transgresión;
• Relación costo-beneficio de las medidas (educativas, correctivas o punitivas) que preconiza, así como riesgos implicados;
• Consecuencias posibles de la sanción y salvaguardias imprescindibles.

Durante este proceso, el proveedor recomienda la procedencia o improcedencia de la información sobre la mala práctica. En el caso de que lo considere procedente, se recomienda una o varias de las siguientes categorías de medidas: educativas (por ejemplo, formación específica del aludido) punitivas (por ejemplo, procedimiento disciplinario; rescisión de contrato de suministro en el caso de un proveedor), o correctivas (por ejemplo, cambio de procedimientos organizativos; formación generalizada). Los ejemplos de las medidas anteriormente referidas solo son ilustrativos, no exhaustivos.
.

4. Comité de Ética

4.1. Composición

El Comité de Ética se compone de:
Presidente: 1 (uno) de los miembros de la administración de jp.group;
Vocales:
- El otro miembro de la administración de jp.group;
- El Proveedor de Ética;
- El Director de Recursos Humanos del jp.group;
- El Abogado del jp.group;
- Y dos elementos externos al jp.group, estos dos elementos son individualidades sin funciones ejecutivas, con elevada senioridad y dotadas de curriculum meritorio y deben conocer razonablemente la realidad del jp.group. El Comité reúne ordinariamente, 1 (una) vez por semestre y con al menos cuatro (4) elementos, y extraordinariamente, siempre que sea convocado por el Proveedor, teniendo el Presidente, en caso de empate, voto de calidad.

4.2. Funciones y responsabilidades

El Comité de Ética tiene como función, además de otras, tomar decisiones sobre informaciones recibidas del Proveedor. El consejo de administración define otras funciones y responsabilidades específicas.

4.3. Decisión sobre medidas a adoptar después de procesos de información sobre malas prácticas

El Comité de Ética, después del análisis del proceso instruido por el proveedor, que omite la identidad del autor, decide sobre las eventuales medidas a adoptar, en el plazo máximo de dos meses (a contar desde la fecha del primer contacto del autor con el Proveedor). Si es necesaria una evidencia adicional para apoyar el proceso de decisión, el Comité hará averiguaciones, recurriendo a medios internos o externos. Si durante las averiguaciones es necesario conocer la identidad del autor, se solicita el consentimiento del autor, y el proveedor se pondrá en contacto con él para ello.
El Comité emite su opinión sobre las prácticas sobre las que se ha informado, sugiere las medidas a adoptar, y las comunica al gerente del aludido. Este órgano elige la medida y su aplicación, e informa de las mismas al aludido. Simultáneamente, el Proveedor comunica por escrito la decisión del Comité al autor de la información.

5. Aspectos complementarios

5.1. Presunción de buena fe

Se supone que el autor de la información sobre la mala práctica actúa de buena fe y posee información suficiente para alegar la posibilidad de una práctica que viole el Código. Las alegaciones maliciosas o falsas son objeto de procedimiento disciplinario.

5.2. Garantía de no venganza

El autor de la información sobre la mala práctica no puede ser, en ningún caso, objeto de venganza. La venganza, intentada o consumada, es objeto de procedimiento disciplinario.

5.3. Conflicto de intereses

Si la información incluye a un miembro del Consejo de Administración, a un miembro del Comité de Ética o al propio Proveedor, la persona en cuestión debe alejarse del proceso de decisión. Las funciones que le corresponden al proveedor en materia de gestión del proceso están a cargo del Comité de Ética.
Se adopta la misma salvaguardia siempre que la independencia de alguno de los miembros anteriormente referidos pueda disminuir debido a una relación particular con el aludido.

5.4. Situaciones no previstas

La emergencia de situaciones no previstas en este reglamento debe ser discutida y tratada por el Comité de Ética, que se reunirá específicamente para ello y hará recomendaciones en consonancia con los objetivos previstos en el Código de Ética.

jp.group

inspiring people

El documento se encuentra permanentemente actualizado
en su versión digital