
CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

VMV COSMETIC GROUP

Actuando con integridad en todo el mundo

*Versión revisada y aprobada por el Órgano de
Administración el día 25 de marzo de 2022*



ANA MARÍA RIBES TEIRA

RAÚL MARTÍNEZ RIBES

RAMÓN MARTÍNEZ RIBES

DAVID MARTÍNEZ

Damos gran importancia a la honestidad y a la claridad. Con este código ético y de conducta queremos construir relaciones fuertes y duraderas con trabajadores , clientes y proveedores , fundadas en la confianza y el beneficio mutuo, respetando siempre nuestro entorno.

También , con este código queremos fomentar una atmósfera de sinceridad, valor, generosidad y respeto para que todos tengan la confianza de venir a plantearnos sus preguntas, ideas y preocupaciones.

Hemos construido un código ético y de conducta basado en ejemplos prácticos y situaciones reales a las que nos podemos enfrentar diariamente.

Estamos decididos a evitar poner en peligro el futuro pensando en el presente.

Lee el código detenidamente. Hazlo tuyo.

COSMETIC G



ANA MARÍA RIBES TEIRA

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV.

“Nuestro objetivo es que VMV Cosmetic Group sea un magnífico lugar donde trabajar. Sabemos que nuestros trabajadores son lo más valioso. Por eso, tienen derecho a trabajar en un ambiente seguro y saludable.

Todos debemos seguir el código ético independientemente del puesto o la labor que desempeñemos. Hazlo tuyo. Pásalo. Respétalo y procura que quienes te rodean también lo hagan”.



RAÚL MARTÍNEZ RIBES

Dirección financiera y comercial

“Nuestra cultura ética es uno de los pilares de **VMV Cosmetic Group**. Por esta razón, es esencial tener perfectamente definidos nuestros compromisos como negocio, como empresario y como ciudadano responsable.

Con este código queremos transmitir que estamos decididos a hacer negocios con integridad: (i) respetando las leyes de los países donde operamos, (ii) generando publicidad basada en hechos probados y datos científicos, y (iii) exigiendo un alto nivel en la contabilidad y la presentación de impuestos, al tiempo que apoyamos la lucha contra la corrupción.

El Código Ético es nuestro documento de referencia. Nos inspira en las decisiones y nos guía en nuestras acciones diarias”.



RAMÓN MARTÍNEZ RIBES

Dirección científica y de producción

“Nuestra estrategia de liderazgo se basa en la continua inversión en investigación y desarrollo científicos. Esto permite que nuestras marcas ofrezcan a nuestros Clientes productos innovadores, altamente efectivos, prácticos y fabricados según las normas más exigentes de calidad y seguridad. Buscamos activamente y favorecemos a socios que compartan nuestros valores y nuestros compromisos éticos”.

ROUP



COSMETIC GROUP
MV
V
Victor Martínez Vicario

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA VMV COSMETIC GROUP

ACTUANDO CON INTEGRIDAD EN TODO EL MUNDO

1. ¿A quién aplica este código?
2. ¿Cómo utilizar este código?
3. ¡Respeto a los Derechos Humanos!
4. ¡Respeto a las leyes y costumbres locales!
5. ¡Respeto a nuestros compromisos como negocio!
- 5.1 Seguridad y calidad del producto
- 5.2 Publicidad y comercialización
- 5.3 Selección y trato. Imparcialidad de proveedores
- 5.4 Competencia justa
- 5.5 Conflicto de interés
- 5.6 Regalos, hospitalidades e invitaciones
- 5.7 Sobornos y pagos de facilitación
- 5.8 Información confidencial
- 5.9 Cómo representar a la empresa
- 5.10 Privacidad y protección de datos
- 5.11 Uso de recursos de la empresa
- 5.12 Registros comerciales y financieros y la lucha contra el lavado de dinero
- 5.13 Impuestos
6. ¡Respeto a nuestros compromisos como empresario!
- 6.1 Salud, seguridad y protección
- 6.2 Diversidad
- 6.3 Acoso e intimidación
- 6.4 Acoso sexual
7. ¡Respeto a nuestros compromisos como ciudadano responsable!
- 7.1 Responsabilidad medioambiental
8. El papel del Director y del responsable de equipo
9. ¿Cómo funciona el canal de denuncias?

1. ¿A QUIÉN APLICA ESTE CÓDIGO?

El código ético y de conducta se aplica a todos los trabajadores de las empresas que forman parte de VMV Cosmetic Group en todo el mundo.

También deben respetarlo los miembros que forman parte de los Órganos de Administración de las filiales del grupo en todo el mundo.

Por último, aspiramos también a que todos nuestros proveedores, clientes y demás socios comerciales compartan y respeten los valores y principios de actuación que aquí se recogen.

Pueden consultarse todas las empresas que forman parte de VMV Cosmetic Group en el siguiente enlace:

<https://vmvcosmeticgroup.com/>

El término "VMV Cosmetic Group" utilizado en este documento hace referencia a todas las filiales del grupo en todo el mundo y a la Fundación Grupo VMV.

El código ético y de conducta está disponible en el sitio web: <https://vmvcosmeticgroup.com/>

2. ¿CÓMO UTILIZAR ESTE CÓDIGO?

VMV Cosmetic Group opera en muchos países, donde hay una gran variedad de culturas, leyes y costumbres.

Siempre tienes que recordar esto:

- Los principios éticos que se establecen en este documento no son opcionales: ¡debes respetarlos!
- Tú eres quien da ejemplo: la reputación de VMV Cosmetic Group, así como la confianza de todas nuestras empresas, dependen de cada uno de nosotros.
- Se te valorará no solamente por lo que haces, sino también por la forma en que lo haces.

Nosotros, como negocio y como personas responsables de nuestras tareas, tenemos que respetar siempre las leyes, normativas y costumbres de los países donde VMV Cosmetic Group opera.

Reconocemos que algunas situaciones no son sencillas. Sin embargo, con frecuencia, la ética sirve de árbitro en determinados conflictos. Nuestro código ético establece las normas del Grupo en diversas situaciones, a veces poco claras, en las que es necesario tomar una decisión.

Lee el código completo para saber cuáles son las normas y expectativas éticas de VMV Cosmetic Group, y guarda una copia para utilizarla como referencia en el futuro, por si te surge alguna pregunta o preocupación.

Es claro que ningún documento puede anticipar y abordar todas y cada una de las situaciones que pueden producirse. Así que, si alguna vez te enfrentas a este tipo de decisión, plantéate las siguientes preguntas:

1. ¿Está en línea con el Código ético y de conducta?
2. ¿Es legal?
3. ¿Está en línea con nuestros principios éticos de integridad,

respeto, valor y transparencia?

4. ¿De qué manera pueden afectar mis acciones a nuestras empresas? ¿Puedo justificar mi decisión?
5. ¿Estaré tranquilo si mi decisión se hace pública interna o externamente?

Si has respondido negativamente a alguna de estas preguntas o si tienes alguna duda al respecto, la regla de oro consiste en consultar a la persona adecuada (tu jefe, recursos humanos, etc.) y tratar la cuestión abiertamente antes de actuar.

El código ético no reemplaza ninguna política existente, por lo que debes seguir cualquier norma que se haya establecido en tu lugar de trabajo. El objetivo de este código es proporcionar directrices para estas políticas y normas, y que así puedas entender con mayor facilidad la base lógica que contienen.

VMV Cosmetic Group reconoce que el Código Ético no es exhaustivo y que su contenido puede variar con el paso del tiempo.

VMV Cosmetic Group se reserva el derecho a modificar el Código Ético en cualquier momento, con o sin previo aviso, así como el derecho a tomar las medidas que considere oportunas en una determinada situación, siempre y cuando no contravengan los principios éticos de VMV Cosmetic Group.



3. ¡RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS!

Hemos asumido el más firme compromiso de respetar y promover los derechos humanos, teniendo como referencias concretas:

- (i). - La Declaración Universal de los Derechos Humanos del 10 de diciembre de 1948 (<https://www.un.org/>);
- (ii). - y, los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos del 16 de junio de 2011 (<https://www.un.org/>).

Queremos poner en valor también que VMV Cosmetic Group tiene presencia en un gran número de países y estamos especialmente pendientes y comprometidos con:

-Los asuntos que se abordan en las Convenciones Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, como son la prohibición del trabajo infantil y los trabajos forzados y el respeto de la libertad de asociación (<http://www.ilo.org>);

- La promoción de la diversidad;
- Los derechos de las mujeres;
- El respeto de los derechos de las personas a usar sus recursos naturales;
- Y, el derecho a la salud.

Y, todo ello, con el propósito de anticipar e incorporar a nuestro "ADN" iniciativas y acciones que garanticen su protección, por lo que el Código Ético y de Conducta no es exhaustivo y su contenido puede variar con el paso del tiempo.

4. ¡RESPECTO A LAS LEYES Y COSTUMBRES LOCALES!

VMV Cosmetic Group se siente especialmente vinculado al espíritu y al contenido de las leyes que regulan las normas de calidad, salud y seguridad, las leyes de trabajo, el medioambiente, la corrupción y el lavado de dinero, la privacidad de los datos, la fiscalidad, la comunicación exacta de la información financiera y no financiera y la competencia justa.

VMV Cosmetic Group quiere compartir estos principios con sus socios y quiere asegurarse, en la medida de lo posible, que sus socios también respetan estas leyes y normativas.

Debemos asegurarnos también de que, siempre que sea posible, realizamos nuestras actividades de forma sensible a las tradiciones culturales y sociales de las comunidades con las que estamos en contacto.

Puede que haya circunstancias en que las directrices de este código varíen con las leyes o las costumbres locales de un país en concreto. Si ese es el caso, donde las leyes locales o las costumbres impongan niveles más altos que los que se establecen en este código, siempre se tienen que aplicar las leyes locales. Si, por el contrario, este código proporciona un nivel más alto, éste debe prevalecer, a menos que suponga vulnerar las leyes.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.1 SEGURIDAD Y CALIDAD DEL PRODUCTO

La seguridad y la calidad del producto son esenciales en todo momento.

El excelente rendimiento, la calidad y la seguridad de nuestros productos es lo que demuestra nuestra dedicación y respeto por nuestros clientes, nos hace ganar su confianza, avala la reputación de nuestras marcas y garantiza que VMV Cosmetic Group siga siendo líder en nuestro campo.

Nos comprometemos a comercializar productos que hayan probado su eficacia y seguridad, y que hayan sido garantizados por rigurosos métodos de evaluación.

Todos los trabajadores de VMV Cosmetic Group que formen parte de los procesos de desarrollo de productos, fabricación, promoción y venta deben comprometerse a conseguir la calidad total del producto, desde el concepto a la distribución, e incluso después de que el producto haya salido al mercado.

Para ello, debemos:



Cumplir todos los requisitos legislativos y normativos nacionales e internacionales para garantizar la conformidad de todos nuestros productos.

Garantizar que se aplican las normas de higiene más exigentes y los controles de calidad más estrictos en cada paso, desde el desarrollo del producto hasta el proceso de producción y de distribución.

En el caso de recibir una reclamación por parte de un Cliente sobre salud o seguridad, pedirle que se ponga en contacto inmediatamente con el departamento de Atención al Cliente.

No debemos:



Ignorar posibles asuntos importantes sobre seguridad.

Ignorar cualquier inquietud sobre asuntos de tolerancia o control de calidad.

Responder a preguntas de los medios de comunicación (incluidas las redes sociales) acerca de nuestros productos si no tenemos los conocimientos necesarios o no estamos autorizados para ello.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ramón Martínez, nuestro Director Científico y de Producción:

Ejemplo 1:

Trabajo en la línea de producción y he descubierto algunos productos finales defectuosos. Es posible que una máquina esté generando problemas de calidad. Se supone que tenemos que parar la producción cuando esto ocurra, pero mi supervisora no ha tomado ninguna medida. Sé que el plazo de producción es muy ajustado. ¿Debería confiar en que ella sabe lo que hace al ignorar esta situación?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



“VMV Cosmetic Group ha puesto controles de calidad en cada etapa del proceso de fabricación para garantizar que nuestros clientes adquieren productos de la más alta calidad. La calidad es lo primero, independientemente de los plazos de producción.

Deberías poner esa línea en espera sin ninguna duda y compartir el problema abiertamente con tu jefa, y trabajar con ella y con el resto del equipo para resolver el asunto antes de seguir con la producción”.

Ejemplo 2:

Hemos recibido un informe de un proveedor afirmando que, tal vez, un envío reciente de materias primas se haya contaminado. Los productos que contienen estas materias primas ya se han distribuido a nuestros clientes y no hay pruebas claras de contaminación. ¿Qué hago?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



“En VMV Cosmetic Group, respondemos rápidamente a cualquier preocupación relacionada con la posible seguridad de un producto. Tendrías que hablar del asunto con tu jefe para realizar controles/pruebas adicionales y valorar con rigor el estado de la Producción distribuida”.

Ejemplo 3:

He hablado con un Cliente que tenía un número de teléfono equivocado de Atención al Cliente. Me dijo que había tenido una reacción alérgica después de usar uno de nuestros productos. ¿Qué debería hacer?

Ramón Martínez Ribes
 Dirección científica y de producción



“Facilita al Cliente el número correcto del servicio telefónico de Atención al Cliente para que le puedan ayudar como es debido. El Departamento de Atención al Cliente le informará y, además, transmitirá la incidencia a nuestro Laboratorio para que realicen, en su caso, las pruebas y/o test adicionales que sean necesarios”.

Ejemplo 4:

Mi familia y amigos me preguntan a menudo acerca de nuestra postura sobre el tema de las pruebas en animales y no sé qué decirles. ¿Con quién puedo consultar este tema?

Ramón Martínez Ribes
 Dirección científica y de producción



“VMV Cosmetic Group no realiza pruebas en animales para ninguno de sus productos o ingredientes en ninguna parte del mundo. Si tienes alguna pregunta sobre este tema, puedes ponerte en contacto con Atención al Cliente”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.2 PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN

El éxito de nuestros productos se basa en sus características intrínsecas y su rendimiento. Este principio es esencial para ganarnos y mantener la lealtad de nuestros Clientes. Queremos comunicar de forma responsable, respetando la gran variedad de necesidades y deseos de belleza que existen en el mundo.

Para ello, debemos:



Respetar los procesos de validación internos relativos a la publicidad y los mensajes publicitarios, aunque ello retrase el lanzamiento de un producto.

Asegurarnos de que todo el material publicitario y promocional se basa en resultados probados y en datos científicos relevantes obtenidos por medio de análisis, estudios de mercado o de laboratorio que hayan sido realizados según las buenas prácticas recomendadas en nuestro sector.

Ofrecer una descripción justa, precisa y verdadera de nuestros productos.

Expresar con claridad la intención y el uso correcto de nuestros productos y esforzarnos para que los Clientes lo entiendan fácilmente.

Garantizar que nuestras marcas promueven la mayor variedad de tipos de belleza.

Ser conscientes de la posible reacción de grupos religiosos, étnicos, culturales o sociales a nuestra publicidad.

Ser cuidadosos para garantizar que nuestras acciones son coherentes con nuestros principios éticos si planeamos promocionar productos para niños y jóvenes.

Prestar especial atención en lo referente a las condiciones laborales de los niños que aparecen en nuestra publicidad.

Actuar con precaución al utilizar animales en publicidad; sobre todo si se trata de especies amenazadas o cuya ejecución se lleve cabo en condiciones inaceptables.

Diseñar las promociones de ventas y dirigir las operaciones de comercialización de modo que los Clientes entiendan fácilmente las condiciones de la oferta.

Proteger los datos personales de nuestros Clientes (consulta el capítulo sobre privacidad y protección de datos).

Abstenernos de hacer comentarios despectivos acerca de los competidores (incluyendo declaraciones falsas sobre sus productos o servicios).

No debemos:



Intentar obtener provecho de la ingenuidad, la falta de información o la inexperiencia de los Clientes.

Afirmar en la publicidad que el uso de nuestros productos confiere una ventaja considerable en la vida social o profesional o que nuestros productos son necesarios para superar problemas personales o para la aceptación social.

Atentar contra la dignidad humana o presentar estereotipos degradantes.

Publicitar nuestros productos en medios de comunicación o programas cuya estrategia de reclamo se fundamente en la violencia, el sexo, supersticiones o la incitación al odio.

Hacer aparecer a niños en la publicidad de un producto que no haya sido probado para su uso por parte de niños a menos que se indique claramente en el anuncio que el producto no está dirigido a los niños.

Exagerar deliberadamente las afirmaciones en nuestras comunicaciones, incluidas aquellas afirmaciones relacionadas con el medio ambiente o la sociedad.

Recoger información para propósitos de publicidad basada en la conducta sin informar previamente a los usuarios de Internet (p. ej. el uso de cookies).

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Mi colega me ha enseñado una propuesta de comercialización para una loción corporal que utiliza a una joven modelo extremadamente delgada. Creo que es, como mínimo, desagradable, y que podría hacer que nos acusaran de animar a las chicas a morir de hambre para conseguir un físico delgado que perjudique la salud. Me ha dicho que soy demasiado sensible y que la ilustración ya estaba en trámites de aprobación. ¿Qué puedo hacer al respecto?

Ana María Ribes Teira
Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Nuestra publicidad y promoción están diseñadas para que tengan

el máximo impacto posible en la audiencia a la que van dirigidas, por lo que debemos ser responsables de todos los mensajes que comunicamos o que parezca que comunicamos. Cada vez es mayor la preocupación por los trastornos alimenticios entre las mujeres jóvenes y los riesgos para la salud asociados con ellos. Esto se debe tener en cuenta a la hora de decidir nuestras campañas publicitarias. No trabajamos intencionadamente con modelos que padecen un trastorno alimenticio manifiesto. También evitamos cualquier publicidad que promueva el consumo de drogas, alcohol o tabaco. Sugiere a tu colega que busque una segunda opinión. También puedes comunicárselo a tu jefe”.

Ejemplo 2:

En el anuncio de un producto para el cabello, la modelo se pondrá una peluca de pelo natural y también vamos a usar un programa de edición con su imagen porque tiene manchas en la piel. ¿Es esto aceptable cuando se trata de la sinceridad de nuestras afirmaciones sobre nuestros productos?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“A veces es necesario introducir retoques desde un punto de vista técnico, pero estos no deberían llevar nunca a interpretaciones erróneas acerca del rendimiento del producto.

El uso de una peluca de cabello natural es aceptable, ya que lo que se publicita es un producto de belleza para el cabello que no tiene que ver con el volumen del cabello. Es importante que la peluca utilizada sea de cabello natural y su tinte o peinado estén hechos con el producto publicitado.

Exagerar las cualidades de nuestros productos es deshonesto y crea desconfianza entre nuestra base de Clientes, al tiempo que podría considerarse información engañosa. Si el producto, por ejemplo, no elimina las arrugas, no tendrías que anunciar que lo hace. Recuerda siempre que, si quieres, puedes llamarme, y lo comentamos”.

Ejemplo 3:

Me gustaría incluir en un anuncio el hecho de que un producto no contiene hexaclorofeno, lo cual no es sorprendente puesto que el uso de este ingrediente está prohibido. Sin embargo, los Clientes lo verán como algo positivo. Por otro lado, algunos colegas piensan que se trata de una afirmación dudosa. ¿Quién tiene razón?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“No podemos comunicar a la gente que nuestros productos tienen una propiedad determinada cuando esta proviene simplemente del respeto a la ley. Sería un modo de llevar a engaño a nuestros Clientes. Tus colegas tienen razón”.

Ejemplo 4:

Actualmente trabajo en un anuncio que tiene lugar en un lugar religioso. Es probable que al público objetivo del anuncio le guste su estilo provocador y, además, no creo que a nadie le resulte ofensivo en mi país. Por otro lado, un colega extranjero opina que está en el límite. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Debemos analizar nuestros anuncios no solo desde el punto de vista del público al que va dirigido, sino también desde la perspectiva de la sociedad en su conjunto. Hay mucha más gente que ve el anuncio además de nuestro público objetivo. Además, debemos tener en cuenta nuestra presencia internacional y no utilizar temas que puedan considerarse aceptables en un país y controversiales en otro país en el que también operemos. Por último, tampoco deberíamos utilizar imágenes, símbolos o temas que puedan considerarse gratuitamente ofensivos, despreciativos o irrespetuosos con una religión, nacionalidad, cultura, minoría o discapacidad. La mejor opción sería obtener una opinión objetiva de los Directores de Marketing y de Comunicación, antes de publicar el anuncio”.

Ejemplo 5:

Una marca famosa de moda infantil va a lanzar una línea de vestidos para niñas y quiere comprar brillo de labios para regalárselo a aquellos clientes que hagan una compra superior a una determinada cantidad. Es una posibilidad interesante, ¿no es así?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Existe un creciente debate acerca de la sexualización temprana de los niños pequeños. Aunque los niños pequeños siempre tratan de imitar a los adultos, sobre todo cuando juegan a arreglarse con maquillaje y perfume, creemos que esto no debe ser más que un juego y que, por lo tanto, no deberíamos promover el uso diario de cosméticos entre los niños, excepto si se trata de productos de higiene o de protección solar. Por tanto, preferimos no asociar nuestras marcas a objetos, temáticas o eventos destinados a un público infantil”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.3 SELECCIÓN Y TRATO. IMPARCIALIDAD DE PROVEEDORES

La relación de VMV Cosmetic Group con sus proveedores se extiende más allá de la compra y la entrega de productos y servicios. Es esencial para el éxito a largo plazo de nuestro negocio. Se nos juzgará por la calidad de las relaciones que tengamos con nuestros proveedores. Especialmente, se nos analizará el método por el que seleccionemos a nuestros proveedores, y cómo demuestren ellos su compromiso de hacer negocios responsablemente.

Estamos orgullosos de nuestra reputación tratando con proveedores de forma mutuamente comprensiva y abierta. Estas relaciones se basan en los principios de imparcialidad, igualdad y lealtad, y respetamos su independencia e identidad.

Para ello, debemos:



Seleccionar a los proveedores en función de la oferta competitiva; asegurarnos que todas las ofertas de los proveedores son similares y se consideran justas y sin favoritismos.

Ser claros en el proceso de ofertas y dar opiniones honestas y sensibles a las ofertas rechazadas en función de elementos objetivos.

Aspiramos a que todos los proveedores, dondequiera que operen, entiendan y compartan las expectativas éticas de VMV Cosmetic Group.

Ayudar a los proveedores a cumplir las expectativas de VMV Cosmetic Group.

Pagar a los proveedores a tiempo y según las condiciones acordadas, a menos que existan razones legítimas para no hacerlo como, por ejemplo, no entregar un encargo determinado.

Asegurarnos de que nuestros proveedores no dependen en exceso económicamente de los negocios con VMV Cosmetic Group.

Proteger la información confidencial de los proveedores como si fuese nuestra.

No debemos:



Imponer condiciones abusivas a los proveedores (por ejemplo, en los pagos, plazos...).

Continuar trabajando con un proveedor que insiste en no cumplir con las expectativas de VMV Cosmetic Group o que no comparte nuestros principios éticos, especialmente en lo que respecta a derechos humanos, la lucha contra la corrupción y el blanqueo de capitales.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

Estoy intentando encontrar a un nuevo proveedor para materiales de oficina. El primero con quien he contactado ofrece un buen servicio, pero a un precio alto. El segundo no es tan bueno como el primero, pero es más barato (principalmente porque nos ha ofrecido un descuento considerable para intentar conseguir un acuerdo con el Grupo). ¿Puedo decirle al primer proveedor el precio que me ha ofrecido el segundo para intentar que me rebaje el precio?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Puedes decirle al primer proveedor, sin especificar demasiado, que tienes una mejor oferta en otro sitio, pero sin revelar la identidad y el precio del segundo proveedor. Si no, estarías ofreciendo al primer proveedor información sobre los precios de su competidor, y eso no es ético y, además, es ilegal en muchos países”.

Ejemplo 2:

He encontrado un proveedor realmente bueno, pero acaba de empezar en el negocio y, de momento, VMV Cosmetic Group es su único cliente. ¿Puedo trabajar con él?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Sí. No hay motivo para no trabajar con este proveedor, aún cuando inicie su negocio. Sin embargo, es recomendable informar al proveedor que se espera que encuentre a otros clientes antes de cierto tiempo. Si es realmente bueno, no tendría que haber ningún problema”.

Ejemplo 3:

Me han dicho confidencialmente que se ha abierto una investigación contra uno de nuestros proveedores en China acusado de trabajo forzado. El proveedor no me ha dicho nada al respecto. ¿Tendría que ignorar estos rumores?

Raúl Martínez Ribes
 Dirección financiera y comercial



“No. Tendrías que investigar, empezando por preguntar al proveedor sobre esa información a la que has tenido acceso. Si tienes cualquier duda, considera la opción de reportar esta información a través del canal de denuncias (<https://vmvcosmeticgroup.com/denuncias/>). Verificaremos los hechos acerca de las prácticas de empleo, condiciones de trabajo y otros del asunto del proveedor”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.4 COMPETENCIA JUSTA

Respetamos a todas las empresas de nuestro entorno profesional, incluyendo a competidores. Los tratamos como nos gustaría que nos trataran.

Nos interesa trabajar en una industria donde las prácticas comerciales tengan una buena reputación. Hace que nuestro trabajo sea más fácil y reafirma la confianza de nuestros clientes.

Compartir cualquier tipo de información, como las tarifas, los costes o los planes de comercialización con competidores, puede parecer, sea verdad o no, que realizamos manipulación de precios, división territorial u otro tipo de manipulaciones y distorsiones del mercado libre. La mayoría de los países se rigen por leyes muy estrictas en esta materia y es nuestro deber conocerlas y cumplirlas.

Para ello, debemos:



Informar rápidamente a nuestro jefe si hemos recibido o utilizado accidentalmente información privilegiada o confidencial que se refiere a nuestros competidores y que solo les pertenece legítimamente a ellos.

Abstenernos de tomar medidas para interrumpir la distribución comercial de un competidor.

No permitir nunca que nuevos trabajadores de VMV Cosmetic Group revelen información sobre los competidores para quienes trabajaban anteriormente.

Abstenernos de hacer comentarios despectivos acerca de competidores (incluyendo declaraciones falsas sobre sus productos o servicios).

No debemos:



Estar en contacto con competidores donde se hable de información confidencial.

Inducir a clientes o proveedores a que incumplan sus contratos con competidores.

Reunir información competitiva a través de medios ilegítimos y/o no identificarnos claramente como trabajadores de VMV Cosmetic Group cuando obtengamos tal información.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

Hace poco me encontré a un representante de uno de nuestros competidores en una convención. Tomando unas copas en un bar, me comentó que su empresa pronto aplicaría un aumento de precio a varios de sus productos clave. ¡Esta información es muy útil! ¿A quién tengo que informar para que podamos sacar el máximo provecho?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Nosotros no compartimos o intercambiamos información sobre precios u ofertas con competidores. Esto incluye políticas de precios, descuentos, promociones, derechos de autor, garantías y condiciones de venta. Si un competidor se ofrece a revelar tal información, tendrías que terminar la conversación con cuidado y de forma educada, pero inmediatamente. Nunca hagas uso de ella. Obviamente, tampoco debes compartir esta información con nadie. Aunque el intercambio no fuera con mala intención, también podría parecer manipulación de precios, lo que es poco ético y, en la mayoría de los países, ilegal”.

Ejemplo 2:

VMV Cosmetic Group es miembro de STANPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética) y yo soy el representante de VMV Cosmetic Group en el Comité comercial. Después de una de las reuniones mensuales del Comité, uno de mis colegas, representante de un competidor bastante famoso, ha sugerido que los miembros del Comité tendríamos que quedar en un restaurante para reforzar los vínculos personales y hablar extraoficialmente. ¿Qué debería hacer?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“No aceptes la invitación e informa inmediatamente a tu Responsable. Tenemos la obligación de advertir a la Asociación de estas reuniones extraoficiales. Recuerda que el contacto con los competidores tiene que seguir siendo excepcional y limitado a temas que no sean determinados, delicados ni estratégicos”.

Ejemplo 3:

He descubierto que uno de nuestros principales competidores pronto lanzará un nuevo producto que podría traer graves consecuencias para nuestras estrategias de ventas y comercialización. Necesitamos desesperadamente descubrir más cosas sobre este producto, cueste lo que cueste. Teniendo en cuenta lo importante que es, ¿podemos contratar a alguien para que busque en su basura alguna pista de su estrategia de lanzamiento?

Raúl Martínez Ribes
 Dirección financiera y comercial



“No. Este comportamiento es totalmente inmoral, y podría dañar gravemente nuestra reputación de integridad. VMV Cosmetic Group nunca puede formar parte de estas actividades. Sólo podemos reunir información de los competidores por medios legítimos. Estos medios incluyen examinar los productos de nuestros competidores y utilizar los recursos de uso público como folletos promocionales, informes anuales, presentaciones de los competidores en convenciones y datos conjuntos de la industria que no revelen información específica de la empresa”.

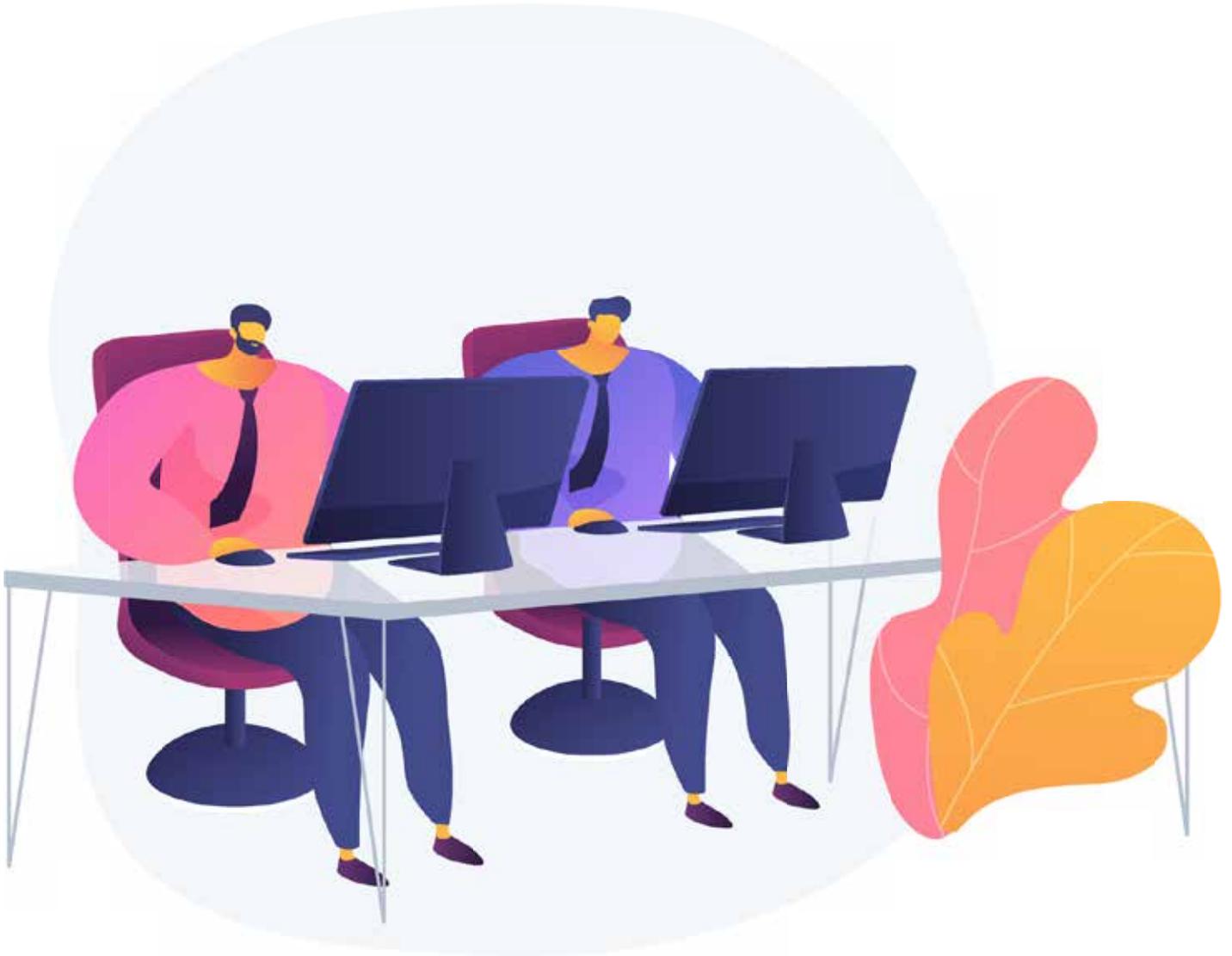
Ejemplo 4:

Hace seis meses contraté a una persona que había trabajado para un competidor. Mientras trabajaba allí, obtuvo una experiencia de gran valor en la investigación de un área clave para nosotros. De hecho, esa experiencia previa fue una de las razones principales por las que la contraté. ¿He hecho bien contratándola?

Raúl Martínez Ribes
 Dirección financiera y comercial



“La contratación debe fundamentarse en las habilidades y méritos de esa persona, no en los conocimientos anteriores que hubiera podido obtener cuando trabajaba para nuestro competidor. Advértele de que no podrá utilizar ni revelar nunca la información confidencial de nuestro competidor.”



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.5 CONFLICTO DE INTERÉS

Como empresa líder en el mercado de la cosmética, debemos prestar especial atención a los conflictos de interés. Todos deberíamos evitar aquellas situaciones en que nuestros intereses personales entren en conflicto con los intereses de VMV Cosmetic Group.

Incluso la apariencia de un conflicto puede manchar la reputación de VMV Cosmetic Group, y también la nuestra. La regla de oro para enfrentarse a un conflicto es comunicar abiertamente todos los hechos. Esto permite que se pueda examinar todo correctamente.

Para ello, debemos:



Comunicar siempre a nuestro responsable directo si hay un posible conflicto de intereses que puede influir, o parecer que influye, en nuestras opiniones y acciones (por ejemplo, cuando uno de nuestros proveedores contrata a un miembro de tu familia).

No debemos:



Esconder información, ni tampoco intervenir cuando exista conflicto de interés.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Un amigo de la infancia acaba de empezar a trabajar conmigo. Soy su supervisor. Me preocupa que alguien pueda pensar que haya un conflicto de interés en este caso. ¿Estas políticas solo afectan a los miembros directos de la familia o también se refieren a casos como este?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“La respuesta es simple: si la relación que mantienes podría influir en tu objetividad, tendrías que abstenerte de cualquier intervención. El hecho de que un miembro de tu familia o un amigo trabaje en VMV Cosmetic Group no tiene nada que ver con sus aptitudes y méritos como candidato para trabajar en la empresa. Pero se debe hacer todo lo posible para garantizar que sea una persona independiente la que lo supervise y trate los asuntos del sueldo y la evaluación del rendimiento, para asegurar la objetividad y la imparcialidad de todos”.



Ejemplo 2:

Me ha impresionado mucho la calidad de trabajo de un proveedor de VMV Cosmetic Group en concreto, y como resultado, me gustaría invertir en su empresa. ¿Hay un conflicto de interés en este caso?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Aunque tu participación fuera solamente financiera, podría haber un conflicto de interés según tu cargo en VMV Cosmetic Group, tu influencia en las decisiones de compra, la cantidad de tu inversión y la importancia de VMV Cosmetic Group como cliente de la empresa en cuestión. La única manera de descubrir si la situación es aceptable es comunicar el asunto a la Dirección y hablar de ello abiertamente”

Ejemplo 3:

Mi hijo es propietario de un hotel local muy bueno, y muchas empresas de la zona lo utilizan para celebrar comidas y reuniones sociales. Sería una elección clara para nuestro evento. Como el precio y la calidad son similares a las otras opciones, ¿hay algo que me impida hacer una reserva?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Como ofrece un precio competitivo y el lugar es muy popular, puede ser aceptable que la empresa organice sus reuniones sociales allí. Sin embargo, no estaría bien que tú te ocuparas del asunto, ya que en este caso existe un claro conflicto de intereses. Como en todos los casos en que un miembro cercano de la familia trabaja para un proveedor actual o futuro u otro socio, tendrías que comunicar este asunto a la Dirección. De este modo conseguiremos, entre todos, tomar las medidas necesarias para evitar ponerte en una situación delicada”.

Ejemplo 4:

Mi esposa trabaja para uno de los competidores de VMV Cosmetic Group. No hablamos sobre nuestro trabajo en casa y no veo cómo pueda ser de la incumbencia de la empresa lo que mi esposa haga en su vida profesional. Pero algunos de mis colegas me han dicho que estoy en una situación comprometida. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Esto podría parecer un conflicto de interés. Para protegerte tanto a ti mismo como a la empresa, tendrías que informar de los hechos a la Dirección”.

Ejemplo 5:

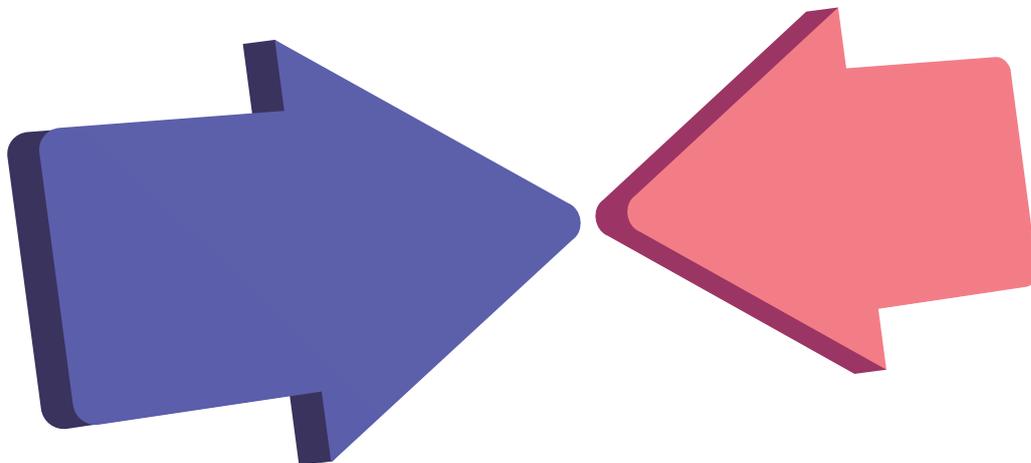
Un responsable comercial mantiene una relación sentimental con un miembro de su equipo. Han sido muy discretos en el trabajo, pero aun así la gente lo ha descubierto. Se supone que no lo sé oficialmente. Han empezado a circular todo tipo de rumores. ¿Tendría que hacer algo al respecto? Y, si es así, ¿qué?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Esta situación es muy delicada. En VMV Cosmetic Group respetamos la vida privada de los trabajadores, y por eso no necesitamos ni queremos conocer sus relaciones sentimentales. Sin embargo, sí tenemos un interés legítimo en conocer su relación profesional, especialmente cuando uno es el supervisor del otro u ostenta una posición de autoridad o control sobre la otra persona. La situación que describes no es apropiada porque hay un conflicto de intereses. Tendrías que consultar con la Dirección para intercambiar opiniones sobre cómo tratar este asunto”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.6 REGALOS, HOSPITALIDADES E INVITACIONES

Intercambiar regalos e invitaciones puede ayudar a entenderse mejor y mejorar las relaciones laborales, pero también pueden causar un conflicto de interés entre tus intereses personales y las obligaciones profesionales.

Para evitarlo, los trabajadores de VMV Cosmetic Group sólo podrán aceptar u ofrecer regalos, hospitalidades e invitaciones en los siguientes supuestos:

- (i).- Que no tengan un valor superior a 100 euros o su equivalente en moneda local (bien de forma aislada o de forma conjunta entre varios regalos u hospitalidades ofrecidos/ recibidos en el periodo de un año).
- (ii).- Que no sean obsequios en metálico, tarjetas regalo u otro soporte que permita la transmisión de dinero, los cuales están expresamente prohibidos.
- (iii).- Que no se realicen con la intención de influenciar a terceros o para obtener algún beneficio indebido.
- (iv).- Que no se realicen con la finalidad de obtener o mantener un determinado negocio o una ventaja empresarial.
- (v).- Que no se ofrezcan a funcionarios públicos.

Cualquier regalo, hospitalidad o invitación recibida que contravenga lo indicado anteriormente deberá ser inmediatamente devuelto o rechazado. De no ser razonablemente posible la devolución, se sorteará entre todos los compañeros de la Empresa o se destinará a fines de interés social.

Cuando recibas u ofrezcas regalos o invitaciones, las reglas de oro son comunicarlo abiertamente a tu jefe, actuar con sensatez y pensar cómo lo percibirán las otras personas.

Para ello, debemos:



Asegurarnos que todos los regalos e invitaciones que ofrecemos son apropiados y están de acuerdo con los principios éticos de VMV Cosmetic Group.

Asegurarnos que, cuando empecemos una relación comercial, todas las partes estén al tanto desde el principio de las directrices de VMV Cosmetic Group sobre los regalos e invitaciones. A su vez, informarnos sobre la política de nuestro socio respecto a estos asuntos. Esto puede servir para evitar cualquier malentendido.

Informar inmediatamente a nuestro jefe de cualquier regalo o invitación que hayamos recibido y, si es necesario, respetar los procedimientos de divulgación interna.

No debemos:



Aceptar regalos o invitaciones a menos que tengan un claro valor simbólico.

Aceptar u ofrecer regalos en efectivo.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

¿Puedo ofrecer a un cliente de VMV Cosmetic Group unas entradas para un concierto al que no puedo asistir?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Utiliza siempre el sentido común. Si con el regalo pretendes influenciar al cliente, entonces, la respuesta es siempre, ¡no! Si, por el contrario, el regalo es apropiado y cumple con la política de regalos, no hay problema. Recuerda que solamente podemos hacer/recibir regalos si es razonable, común, corriente para la relación comercial y está dentro de los límites establecidos en el Código”.

Ejemplo 2:

Acabamos de cerrar un trato importante con un cliente nuevo. El responsable comercial de mi equipo ha sugerido que nos lo llevemos a un club para celebrar el evento. Pensaba que era una buena idea, ¡hasta que descubrí que era un club de alterne! Me siento realmente incómodo cuando ofrezco este tipo de invitaciones. ¿Soy demasiado susceptible?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Las invitaciones que se ofrecen al cliente no solo tienen que ser razonables, sino también aceptables. No solo es probable que este tipo de lugares entren en conflicto con los principios del Grupo, sino que también pueden hacer que el cliente se sienta incómodo. Deberías animar al responsable comercial a que encuentre una opción más apropiada. A largo plazo, esto impactará positivamente en la empresa”.

Ejemplo 3:

Como parte de mi trabajo, organizo numerosas reuniones de negocios, viajes y convenciones. Ahora, un hotel donde reservo habitaciones a menudo para los trabajadores de VMV Cosmetic Group me ha ofrecido un fin de semana gratis para mí y mis hijos. Es un gesto muy amable. ¿Puedo aceptarlo?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“No. Incluso si no vas a beneficiarte personalmente del regalo. Aceptar la oferta hace que seas imparcial a la hora de organizar futuras estancias en hoteles para VMV Cosmetic Group. Incluso el hecho de encontrarte en ese conflicto de intereses es inapropiado, y deberías evitarlo rechazando educadamente la oferta y dejando claro por qué lo haces”.

Ejemplo 4:

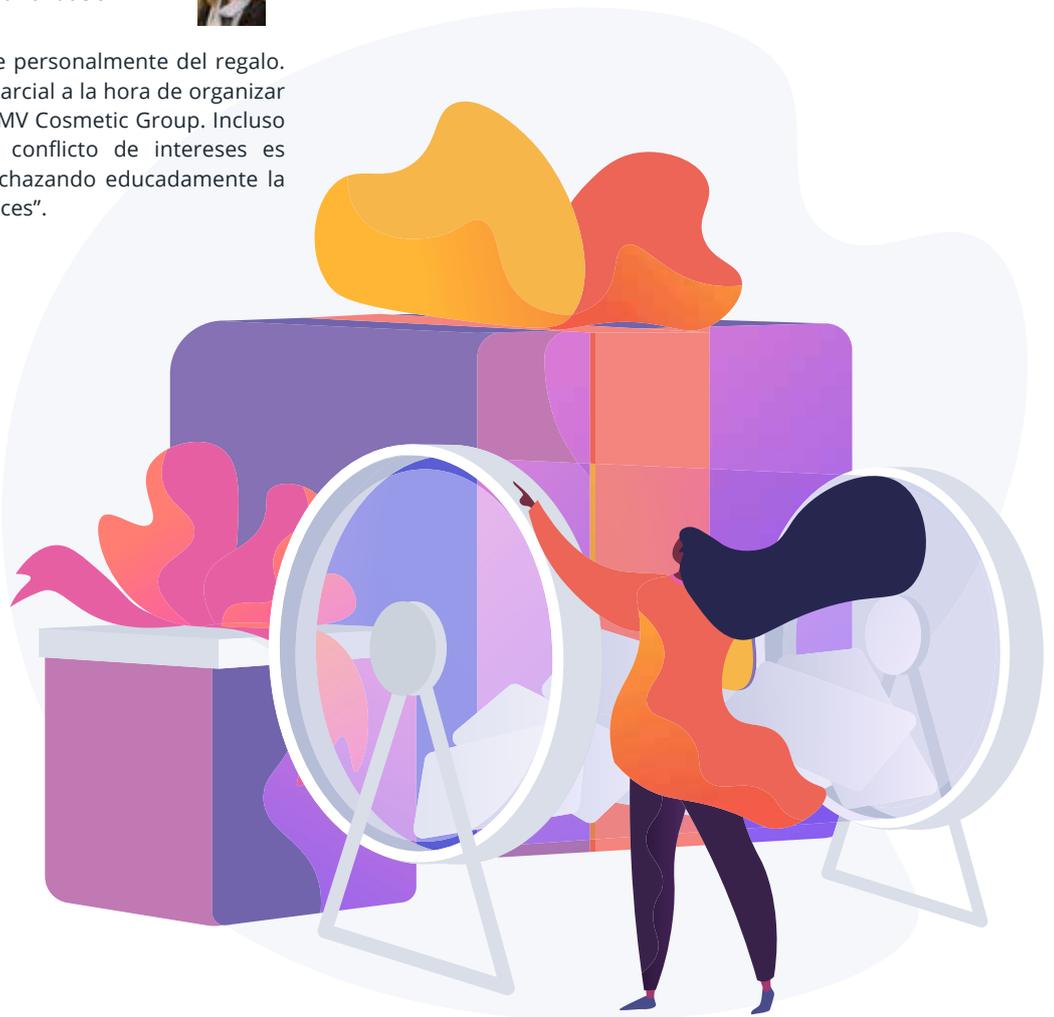
Un proveedor acaba de ofrecerme una gran cesta de productos suyos. Sé que no le habrán costado mucho. Así que ¿puedo –y debería– aceptarla?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Tendrías que agradecer al proveedor su generosidad, pero si el valor del mismo supera la cantidad establecida, deberías rechazar el regalo educadamente. Sólo puedes aceptar regalos e invitaciones que tengan un valor simbólico (inferior a 100€). Por ejemplo, productos con el logo de la empresa del proveedor o una caja de bombones normalmente son regalos aceptables. Si crees que perjudicaría la relación si lo rechazaras, acéptalo y haz un sorteo entre tus compañeros o bien encárgate de que sea destinado a fines sociales”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.7 SOBORNOS Y PAGOS DE FACILITACIÓN

Creemos que la corrupción, en todas sus formas, es inaceptable y que no está en consonancia con el espíritu de VMV Cosmetic Group. La corrupción es dañina para las comunidades en las que desempeñamos nuestra actividad y perjudica a la empresa.

La corrupción es ilegal en la mayoría de los países donde desarrollamos nuestra actividad. Nuestra política es de "tolerancia cero" en todo lo concerniente a la corrupción, la cual incluye los "pagos de facilitación". Estos se definen como pagos utilizados para garantizar o agilizar las acciones legales rutinarias del gobierno, como emitir permisos o liberar bienes retenidos en las aduanas.

Para ello, debemos:



Asegurarnos de que nuestros socios e intermediarios compartan nuestro código ético y de conducta.

Informar inmediatamente a Dirección si nos percatamos de actividades que pudieran ir en contra de nuestra política de prevención de la corrupción.

Informar inmediatamente a Dirección si nos enfrentamos a una extorsión o intento de extorsión, por ejemplo, pagos en efectivo u ofrecimiento de otro objeto de valor para evitar que se haga daño a un empleado o representante de VMV Cosmetic Group, y documentar debidamente la petición

No debemos:



Ofrecer, prometer o dar dinero, incluidos pagos de facilitación u objetos de valor (regalos, invitaciones, etc.), a funcionarios, representantes de organismos públicos, ni a políticos.

Ofrecer, prometer o dar dinero u objetos de valor (regalos, invitaciones, etc.) a empleados o representantes de otras empresas que podría inducirles a incumplir su deber de lealtad hacia su empresa.

Aceptar o requerir dinero u objetos de valor (regalos, invitaciones, etc.) que podrían inducirnos a incumplir nuestro deber de lealtad hacia VMV Cosmetic Group o a influir en una relación comercial.

Utilizar a terceros para hacer algo que no se nos permite o que no hayamos querido hacer personalmente. Esto significa que debemos seleccionar cuidadosamente y controlar a nuestros asesores, subcontratistas, agentes y socios.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

Me estoy encargando de la gestión de entrada de un contenedor. El funcionario encargado del despacho me hace saber que en estas fechas tienen mucho trabajo, por lo que el contenedor estará retenido durante un tiempo. Sin embargo, me advierte que otro competidor nuestro acostumbra a ser "muy amable". Aun cuando no me lo ha pedido expresamente, creo que pretende que le paguemos una cantidad de dinero para la salida del contenedor. ¿Qué hago? ¿Pago?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"No, ¡nunca! Si bien en algunos países están permitidos los pagos de facilitación, nuestra política es de "tolerancia cero" en todo lo concerniente a la corrupción. Si te encuentras en una situación parecida, ponlo en conocimiento de la Dirección y valoraremos conjuntamente con el Departamento Legal la estrategia a seguir. Piensa, además, que si cedemos aun cuando sea una única vez, nos veremos obligados a someternos siempre al mismo "chantaje". Si, por el contrario, demostramos al funcionario el firme compromiso del Grupo de luchar contra la corrupción, movilizándolo al departamento legal y actuando contra este tipo de hechos delictivos, en próximas ocasiones evitaremos la retención indebida de nuestros contenedores en el País y contribuiremos a acabar con la corrupción en todas sus formas".

Ejemplo 2:

Me han encargado la tramitación de los registros sanitarios de determinados productos cosméticos en Panamá. He contactado con un gestor administrativo que me indica que el etiquetado de los Productos no cumple con los requisitos de seguridad requeridos en el País. Sin embargo, me indica que es posible arreglarlo, aunque será necesario pagar una cantidad adicional muy importante en concepto de honorarios profesionales para realizar la gestión. ¿Qué hago? ¿Pago?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"No, nunca. Antes de pagar, infórmate bien y trata de obtener una segunda opinión. Si realmente el etiquetado no cumple con los estándares de seguridad que exige el país, deberemos hacer una nueva impresión de las etiquetas".



Ejemplo 3:

Están comprobando las declaraciones de impuestos presentadas por mí en nombre de la empresa. Tras reunirnos con el agente/ inspector nos indica que a primera vista y de acuerdo con la documentación analizada hasta el momento, la empresa podría haber dejado de ingresar una importante cantidad de dinero. Sin embargo, afirma que es una cuestión subjetiva. Creo que, sin decirlo, nos está proponiendo un soborno, de manera que si le pagamos una cantidad de dinero se olvidará del asunto. ¿Qué hago? ¿Pagamos?

Raúl Martínez Ribes
 Dirección financiera y comercial



“No, nunca. La corrupción, en todas sus formas, es inaceptable y no está en consonancia con el espíritu de VMV Cosmetic Group. Si realmente nos hemos equivocado, pagaremos la cantidad que, de acuerdo con las leyes del País correspondería, pero nunca pagaremos un soborno a un funcionario público. De este modo aprenderemos y aplicaremos procesos internos para que no vuelva a suceder en el futuro”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.8 INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

La información es un recurso muy valioso. La divulgación no autorizada de información interna puede implicar una pérdida de valor y ser perjudicial para VMV Cosmetic Group. Tenemos que asegurarnos de proteger la información interna. Los que tengamos acceso a información confidencial de otros socios comerciales, también tenemos la obligación de evitar que se divulgue.

Para ello, debemos:



Limitar la divulgación de información interna a las personas con una "necesidad de conocimiento" legítima que sirva los intereses de VMV Cosmetic Group.

Mantenernos actualizados sobre las normas del Grupo con respecto a la gestión de la información.

Asegurarnos de guardar de forma segura todos los registros confidenciales de los trabajadores, usuarios, clientes y proveedores, tanto en papel como en formato electrónico.

Antes de compartir información interna con terceras partes fuera de VMV Cosmetic Group (incluyendo nuestros familiares o al utilizar redes sociales), asegúrate de saber qué puedes comunicar.

No debemos:



Debatir ni trabajar con información interna en una zona pública donde alguien pueda oír las conversaciones o comprometer la información.

Divulgar información interna sobre un trabajador anterior.

Quedarnos con información interna (incluyendo todas las copias de materiales originales) cuando finalice nuestra relación laboral, cualquiera que sea la causa, con cualquier empresa de VMV Cosmetic Group.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ramón Martínez, nuestro Director Científico y de Producción:

Ejemplo 1:

Mis amigos a menudo me preguntan sobre mi trabajo en VMV Cosmetic Group: tienen curiosidad por saber lo que ponemos en nuestros productos, y los nuevos lanzamientos que estamos planeando. Obviamente, conozco muchas de las respuestas a través de mi trabajo; ¿hasta qué punto puedo contarles?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción

"Cualquier información (escrita, en formato electrónico, oral o en cualquier otro), que no esté disponible públicamente y a la cual tengas acceso como trabajador de VMV Cosmetic Group, se

considerará interna. Revelar tal información, incluso a amigos de confianza, no se considera adecuado. Es nuestro valor añadido, por lo que puede perjudicar gravemente los intereses de VMV Cosmetic Group".

Ejemplo 2:

El otro día acompañé a un posible cliente a una reunión. De camino a la sala de reuniones, pasamos junto a otra sala de reuniones. La puerta estaba abierta, y él hablaba con otro cliente sobre nuestros precios por el altavoz del teléfono. Justo mientras pasábamos, oímos que le ofrecía unas condiciones especiales; ¡y mi cliente lo escuchó todo! ¿Tendría que haber sido más prudente?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



"Todos tenemos que tomar las medidas necesarias para proteger la confidencialidad de la información, incluso en el entorno laboral: por ejemplo: siguiendo una política de "escritorio limpio", guardando los archivos con llave, cambiando las contraseñas regularmente y teniendo cuidado al utilizar los altavoces del teléfono. Nunca puede saberse a quien puede llegar, incluso entre trabajadores de VMV Cosmetic Group."

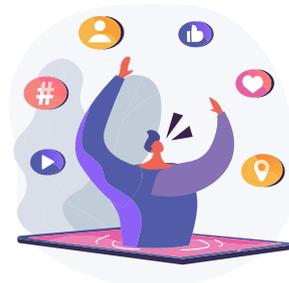
Ejemplo 3:

Un excompañero que antes trabajaba en mi departamento me ha dicho que se ha dado cuenta de que aún tiene documentos internos en casa. ¿Qué debo decirle?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



"Si los documentos son copias, pídele que los destruya. Si son originales, deberá enviárselos a alguno de los trabajadores de VMV Cosmetic Group autorizados para recibir información de ese tipo. Habla con la Dirección para asegurarte de que se toman las medidas adecuadas al respecto".



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.9 CÓMO REPRESENTAR A LA EMPRESA

La reputación de VMV Cosmetic Group depende del comportamiento de cada uno de nosotros.

Para ello, debemos:

Actuar tomando en cuenta los intereses de VMV Cosmetic Group.

Mostrar los principios éticos de VMV Cosmetic Group en nuestro lenguaje y comportamiento profesional.

Asegurarnos que no exista confusión entre nuestros intereses personales u opiniones y los de la empresa.

Evitar verter opiniones sobre compañeros y sobre nuestro lugar de trabajo en sitios web de desarrollo profesional (p. ej.: LinkedIn).

Identificarnos como empleados de VMV Cosmetic Group cuando utilicemos redes sociales como parte de nuestra actividad laboral.

Recordar que no hay nada "secreto" ni "privado" en Internet.

Asegurarnos de que todas las comunicaciones digitales que hagamos con respecto a VMV Cosmetic Group o a cualquiera de sus marcas se hayan elaborado adecuadamente.

No debemos:

Hablar, escribir o comprometernos en nombre de VMV Cosmetic Group a menos que tengamos la debida autorización.

Hablar o escribir sobre temas que están fuera de nuestra experiencia personal.

Utilizar el logo de VMV Cosmetic Group en cartas o correos electrónicos para expresar puntos de vista personales o para negocios personales.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Un colega de trabajo ha publicado en LinkedIn opiniones personales irrespetuosas sobre el equipo comercial de otro competidor. En su perfil, indica que trabaja en VMV Cosmetic Group. ¿Qué le debería decir acerca de su comportamiento?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



Las redes sociales se están convirtiendo en un modo de expresión muy popular. Cuando se participe en un blog, los trabajadores tendrán que dejar claro que están expresando sus propios puntos de vista, y tomar todas las medidas necesarias para garantizar que no se confundan con los de VMV Cosmetic Group. En cualquier caso, a nosotros no nos gustaría que los trabajadores de nuestros competidores difundieran expresiones irrespetuosas, por lo que seamos coherentes y no hagamos lo mismo. Habla con tu colega, ya que puede que no se haya dado cuenta de que sus acciones podrían ir en contra de los valores y principios de VMV Cosmetic Group".

Ejemplo 2:

Nuestro equipo participó en una conferencia que requería quedarse a dormir en un hotel y cenar en la sala de conferencias. Uno de mis compañeros de equipo bebió más de lo que debía durante la cena y empezó a contar chistes sexistas de muy mal gusto. ¿Le debería decir algo acerca de su comportamiento?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



"Aunque el incidente se produjera por la noche, el miembro de tu equipo aún estaba con un asunto de la empresa. Para el resto de los presentes, seguía representando a VMV Cosmetic Group. Es evidente que su comportamiento no fue aceptable. Habla con tu colega, ya que puede que no se haya dado cuenta de que sus acciones podrían ir en contra de los valores y principios de VMV Cosmetic Group".

Ejemplo 3:

En distintos blogs hay mucha información incorrecta sobre los Productos que comercializa VMV Cosmetic Group. ¿Es mi responsabilidad intervenir en los comentarios y tratar de corregirla?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



"No. Si hay información errónea circulando en público, deberías informar inmediatamente al Departamento de Marketing enviándoles un correo electrónico, y ellos ya tomarán las medidas necesarias. Pero ningún trabajador no autorizado puede publicar información de la empresa o una postura de la empresa en Internet ni en ningún otro sitio".

¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.10 PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Todos tenemos derecho a la privacidad. VMV Cosmetic Group se compromete a respetar la confidencialidad de la información personal de sus contrapartes, incluidos sus empleados, clientes y socios. La empresa sólo obtiene y conserva esos datos porque son necesarios para el funcionamiento efectivo de VMV Cosmetic Group.

Para ello, debemos:



Asegurarnos de que las personas de las que recopilamos datos sepan el tipo de información que estamos tratando, para qué se va a utilizar y cómo pueden ponerse en contacto con nosotros si tienen dudas.

Recopilar únicamente los datos personales necesarios.

Destruir o corregir los datos erróneos o incompletos.

Asegurarnos de que tales datos se almacenen de forma segura.

Asegurarnos de que solamente proporcionamos estos datos a personas autorizadas, según una estricta "necesidad de conocimiento".

Solicitar asesoramiento jurídico antes de transferir estos datos personales fuera del país en el que se recogieron.

Respetar el derecho a la privacidad de nuestros colegas.

Asegurarnos de que las terceras partes a las que deleguemos el uso de esta información o que utilicen los datos cumplan con estos principios.

No debemos:



Recopilar información "sensible" (especialmente datos sobre salud, origen étnico, orientación sexual, ideología política y religión) sin el consentimiento de la persona implicada y solo de conformidad con la ley.

Proporcionar datos personales fuera de VMV Cosmetic Group, a menos que se requiera legalmente, cuando utilizamos proveedores de servicios técnicos o cuando contemos una autorización de la persona.

Retener esa información más tiempo del que se necesita para cubrir la razón legal o comercial por la que se adquirió.

Acceder o almacenar datos personales a menos que tengamos la debida autorización y una necesidad específica de negocio de tal información.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

¿Para qué necesita VMV Cosmetic Group tener acceso a datos personales?

Raúl Martínez Ribes

Dirección financiera y comercial



"VMV Cosmetic Group tiene que recopilar y utilizar datos personales para cumplir con una finalidad legítima respecto de sus empleados, clientes y proveedores. Por ejemplo, utilizamos las direcciones de correo electrónico para enviar a nuestros clientes, proveedores o trabajadores la información que necesitan. También recopilamos datos personales con fines de comercialización, para sorteos, por ejemplo".



Ejemplo 2:

En un viaje de negocios me han robado la maleta. Dentro había una memoria USB con datos personales (nombres, apellidos, dirección, etc.) de algunos trabajadores. Desgraciadamente, no estaba codificada, pero tampoco sé lo que el "ladrón" podría hacer con ella.

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"Es muy importante que te pongas en contacto inmediatamente con el Delegado de Protección de datos, enviándole un correo electrónico a protecciondatos@grupovmv.com. Al perder datos personales se debe informar inmediatamente de la brecha de seguridad producida. Toma en consideración, además, que se podrían iniciar acciones legales, y se podría dañar tanto la reputación de VMV Cosmetic Group como de aquellas personas cuyos datos se han perdido. Recuerda siempre que es muy importante proteger la información mediante sistemas de codificación/criptación".

Ejemplo 3:

Tengo que transferir datos personales de clientes a una agencia de comunicación de otro país. ¿Puedo hacerlo? ¿A quién debería solicitar asesoramiento?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"Lo mejor que puedes hacer es ponerte en contacto con el Delegado de Protección de Datos, enviándole un correo electrónico a protecciondatos@grupovmv.com. Toma en consideración que las leyes varían mucho entre países. Además, no debemos transferir datos personales a terceras partes sin asegurarnos de que hayan firmado un compromiso de respeto hacia nuestras políticas de protección de datos personales".

Ejemplo 4:

Pertenezco al departamento de Atención al Cliente y acabo de recibir un mensaje de correo electrónico de una clienta que quiere saber qué datos personales suyos tenemos y pide que no le enviemos más información comercial. ¿Estoy obligado a hacerlo?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"Sí. Siempre respetamos las solicitudes de aquellos clientes que no quieren que utilicemos sus datos personales con fines de comercialización. Además, debemos asegurarnos de que las listas se actualicen con regularidad. En algunos países, hay listas en las que se pueden registrar aquellos clientes que no quieren que se utilicen sus datos personales. Ponte en contacto con el Delegado de Protección de Datos enviándole un correo electrónico a protecciondatos@grupovmv.com y pídele que te asesore con respecto a la mejor forma de responder a la solicitud del cliente.

Ejemplo 5:

Me gustaría enviar a casa de un colega del trabajo, por su cumpleaños, un regalo sorpresa. He pedido a Recursos humanos que me dieran su dirección personal, pero me han dicho que no pueden proporcionármela, ¡porque estarían "infringiendo su derecho a la privacidad"! ¿No están exagerando?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



"La respuesta del departamento de Recursos humanos es totalmente apropiada; todos los datos personales de los trabajadores tienen que ser estrictamente confidenciales. No se pueden hacer excepciones".



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.11 USO DE RECURSOS DE LA EMPRESA

El propósito de los recursos de la empresa es ayudar a los trabajadores a conseguir los objetivos de negocio de VMV Cosmetic Group. El uso indebido o el derroche de los recursos de la empresa, incluyendo el tiempo de los trabajadores, nos perjudica a todos y daña el rendimiento operativo y financiero de VMV Cosmetic Group.

Para ello, debemos:



Respetar y proteger los bienes de la empresa asegurándonos de que no se pierdan, se dañen, se utilicen indebidamente o se derrochen, ni se presten a otros, se transfieran, se vendan o se donen sin autorización.

Reconocer que todos los bienes y los documentos de la empresa pertenecen a VMV Cosmetic Group.

No debemos:



Utilizar los bienes de la empresa para fines personales.

Utilizar para uso personal los sistemas informáticos (ordenadores, impresoras...), las cuentas de correo de la empresa e Internet.

Usar los bienes de terceros (fotografías, películas, artículos, etc.) sin asegurarnos de que VMV Cosmetic Group tiene derecho a utilizarlos.

Permitir el acceso a nuestra lista de contactos/agenda electrónica profesional a través de las redes sociales (Facebook, LinkedIn, etc.).

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Sospecho que uno de mis compañeros ha estado atendiendo un negocio de consultoría externo utilizando el correo y firma de la empresa para hacerlo. Se lo he comentado a un amigo del departamento de informática. Él puede acceder al correo de esta persona y se ha ofrecido a ayudarme a investigar qué está pasando. ¿Podría hacerlo?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“No. Si tienes una sospecha de esta clase, tendrías que comunicársela directamente a Dirección. Existen procedimientos específicos para acceder a las cuentas de correo de los trabajadores cuando se está investigando una mala conducta. Aunque tu amigo del departamento de informática tenga acceso a estas cuentas, no debería utilizarlo para este propósito sin una debida autorización a través de los canales oficiales de la empresa”.

Ejemplo 2:

No paro de recibir correos con "el chiste del día" de un amigo de otro departamento, y algunos son muy graciosos. Me gustaría enviárselos a mis colegas y hacer que sonrían el lunes por la mañana, pero no estoy seguro de hacerlo. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“No debes reenviar estos "chistes". Recuerda que no todo el mundo tiene el mismo sentido del humor. Además, recuerda que los correos electrónicos y los sistemas de acceso a Internet de la empresa nunca deben utilizarse para ver, guardar, enviar o publicar cualquier comentario y/o material ajeno a tu actividad profesional. Pero es que, además, no es coherente con el espíritu de VMV Cosmetic Group, especialmente cuando se trata del respeto a las personas. Esto incluye, por supuesto, imágenes pornográficas o sexualmente explícitas, contenido político o religioso, comentarios racistas o cualquier material que promueva la violencia, el odio o la intolerancia”.

Ejemplo 3:

¿Puedo venderles a mis amigos los productos que adquirimos en la tienda de la empresa?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Los productos que puedes adquirir en la tienda de la empresa están estrictamente reservados para tu uso personal y el de tu familia, no deben ser revendidos a ningún precio”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.12 REGISTROS COMERCIALES Y FINANCIEROS. LUCHA CONTRA EL LAVADO DE DINERO

Todos tenemos el deber de asegurarnos que nuestros registros, financieros o de cualquier tipo, sean exactos. La exactitud es esencial para un negocio con éxito. Es una parte imprescindible para dirigir un negocio legal, honesta y eficientemente. Especialmente, es crucial ser capaz de proporcionar información clara, regular y fiable a las autoridades. También debemos asegurarnos de que nuestra actividad no sirva para blanquear dinero procedente de actividades ilícitas.

Para ello, debemos:



Asegurarnos de contar en todo momento con registros comerciales y financieros exactos, incluyendo los informes financieros y no financieros.

Conservar los registros de un modo seguro y seguir las directrices sobre conservación de documentos.

Seguir los debidos procedimientos internos para garantizar que trabajamos con clientes con actividades legítimas y cuyo dinero no proviene de actividades ilegales.

Cooperar activamente con nuestros auditores internos y, en su caso, externos.

No debemos:



Vender, transferir o desechar ningún recurso de VMV Cosmetic Group sin la debida autorización y documentación.

Aceptar/realizar pagos en efectivo por encima de la cantidad máxima legalmente autorizada en el País. Recuerda siempre que las transacciones en efectivo tienen que ser registradas contablemente y documentadas debidamente.

Ocultar pagos a través de terceros.



¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

Me han pedido que revise los bancos y no me cuadran los saldos del banco con nuestro sistema AS400. Creo haber descubierto un error, pero nadie parece haberse dado cuenta. No estoy muy seguro de decir nada. ¿Qué debería hacer?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“El motivo por el que se te ha pedido que revises los bancos es precisamente para que te asegures de que no hay ningún error. Si no lo comunicas, no estarás haciendo tu trabajo adecuadamente y no estarás sirviendo los intereses de la empresa. Deberías comunicarlo al responsable y tratar con él las diferencias encontradas. No tiene ninguna razón para enfadarse contigo; al contrario, has hecho muy bien encontrando estas diferencias”.

Ejemplo 2:

Entre mis tareas se encuentra la labor de comprobar y llamar a los clientes que tienen pendiente de pago alguna factura. Tras hablar por teléfono con un cliente me indica que todas las facturas están pagadas en efectivo desde hace más de 2 meses. Sin embargo, nuestro sistema (AS400) indica que el cliente no ha realizado ningún pago. Tengo dudas, pero creo que el comercial que tiene asignado el cliente no está registrando correctamente los cobros en efectivo. ¿Qué debería hacer?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Lo primero que deberías hacer es hablar con el comercial y tratar de resolver las dudas que se te han planteado. Si consideras que las explicaciones no son suficientemente claras o razonables, ponlo inmediatamente en conocimiento de tu responsable, de lo contrario no estarías haciendo tu trabajo adecuadamente y, por tanto, no estarías sirviendo los intereses de la empresa”.



Ejemplo 3:

No siempre encuentro los recibos que necesito para cobrar mis gastos. ¿Pasa algo si añado algunos gastos ficticios de menor valor que la cantidad necesaria para un recibo y así equilibrar el total correcto? No sería del todo deshonesto, ya que no saldría beneficiado. Solo estaría asegurándome de que recibo lo que se me debía.

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Sí, sí que pasa algo. Significa que los informes de gastos son inexactos, y eso se traduce en registros de contabilidad incorrectos. Tienes que responsabilizarte de buscar todos los recibos; ésta es la única garantía de que recibirás lo que se te debe”.

Ejemplo 4:

Uno de nuestros proveedores nos ha preguntado si podemos realizar el pago a una cuenta de otra sociedad. ¿Podría hacerlo? ¿Qué debería hacer?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Debes ser especialmente cuidadoso con este tipo de transacciones. Esta es una alerta roja que tienes que vigilar: ¡Si la cuenta no está a nombre de la compañía contratante, no se puede realizar el pago! Para ello, recuerda que es necesario siempre pedir un certificado de titularidad de la cuenta bancaria”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

5.13 IMPUESTOS

VMV Cosmetic Group tiene como objetivo ser un buen ciudadano responsable en cualquier lugar donde opere. Esto, concretamente, significa respetar escrupulosamente la legislación tributaria pertinente y pagar todos los impuestos locales y nacionales requeridos por las leyes.

Para ello, debemos:



Mantener los libros y los registros contables exactos y completos.

Preparar las declaraciones tributarias siguiendo un criterio de prudencia alto.

No debemos:



Dejar de presentar en la debida forma y plazo las obligaciones tributarias y contables.

Permitir que VMV Cosmetic Group eluda, a propósito, sus obligaciones fiscales y contables.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Raúl Martínez, nuestro Director Financiero y Comercial:

Ejemplo 1:

Creo que cometí un error en la declaración de impuestos de hace unos años, lo que redujo nuestras cargas fiscales en ese momento. ¿Qué debería hacer?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“Por principios, pagamos impuestos de conformidad con las leyes locales, y las autoridades tributarias nos consideran fidedignos. Debes comunicárselo a la Dirección para que confirmen que efectivamente ha habido un error; de ser así, decidirán cómo informar a las autoridades tributarias y qué pasos se seguirán para garantizar que este error no se repita en el futuro”.

Ejemplo 2:

Hay algunos artículos en los medios de comunicación sobre empresas que evaden impuestos. ¿Esto le podría pasar a VMV Cosmetic Group?

Raúl Martínez Ribes
Dirección financiera y comercial



“En VMV Cosmetic Group, pagamos todos los impuestos exigidos en todos los países en los que operamos. Creemos que esta es una de las formas de contribuir positivamente en los países y las comunidades donde estamos presentes”.





CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA **VMV COSMETIC GROUP**

ACTUANDO CON INTEGRIDAD EN TODO EL MUNDO

- 6. ¡Respeto a nuestros compromisos como empresario!
- 6.1 Salud, seguridad y protección
- 6.2 Diversidad
- 6.3 Acoso e intimidación
- 6.4 Acoso sexual

¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

6.1 SALUD, SEGURIDAD Y PROTECCIÓN

Todos los que trabajamos con y para VMV Cosmetic Group tenemos derecho a un entorno laboral saludable, seguro y protegido

Para ello, debemos:



Tomar todas las medidas de precaución lógicas para mantener un entorno laboral seguro y saludable.

Asegurarnos que no nos ponemos en peligro a nosotros mismos ni a los demás con nuestras acciones.

Asegurarnos que sabemos qué hacer en caso de que ocurra una emergencia en nuestro lugar de trabajo.

Informar inmediatamente a la Dirección de todos los accidentes, aunque sean de menor importancia, así como los comportamientos, instalaciones u objetos que puedan poner en peligro la seguridad de nuestro entorno laboral.

No debemos:



Ignorar las normas de la empresa sobre salud y seguridad en el trabajo.

Olvidar el material de protección proporcionado por la Empresa.

Ponernos en peligro y/o asumir riesgos para las que no estamos preparados.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

El responsable de almacén me dice que está preocupado porque no duermo suficiente, y me ha sugerido que no debería salir tanto por las noches después de trabajar. Dice que le preocupa que pueda quedarme dormido y tener un accidente. Está bien, una vez o dos he estado un poco adormilado, pero aún puedo hacer mi trabajo. ¡Seguro que no es asunto suyo lo que yo haga fuera del horario laboral! ¿No tengo derecho a una vida privada? Creo que está exagerando. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV

“Lo que hagas por las tardes es cosa tuya. Pero si tu cansancio te está poniendo en peligro a ti y a los demás, el responsable de almacén tiene razón al comentarte el asunto, aunque debería hacerlo con

sensibilidad y respetar tu privacidad. Si bien respetamos la vida privada de todos nuestros trabajadores, no podemos aceptar un comportamiento que pueda ponerte en peligro a ti o a tus colegas. No queremos (ni podemos) asumir ningún riesgo innecesario en la seguridad de nuestros trabajadores”.

Ejemplo 2:

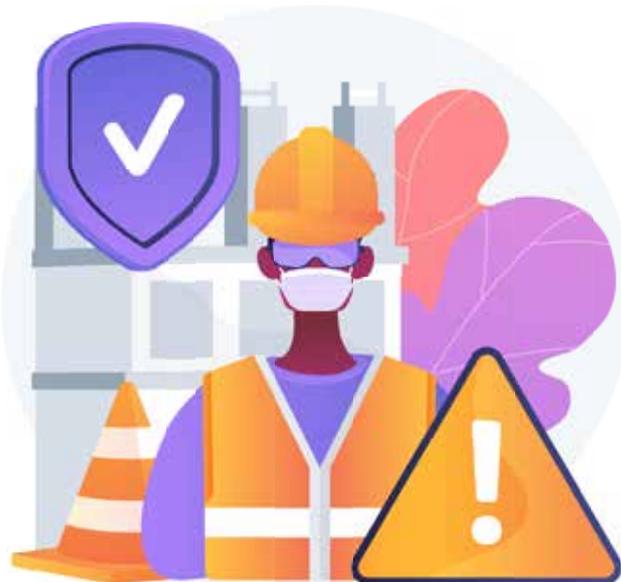
Mi supervisor de producción me ha ordenado, excepcionalmente, que desactive un dispositivo de seguridad que atrasa la línea de producción. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Nunca debes eludir, desconectar o desactivar ningún dispositivo de seguridad o equipo de vigilancia. Si el responsable de producción insiste, debes negarte e informar a la Dirección y Recursos Humanos. La seguridad es un compromiso total que no debe ponerse en peligro a causa de los calendarios de producción o por cualquier otro motivo”.



Ejemplo 3:

Como representante de ventas, a menudo conduzco de noche. A veces no me siento seguro. Le he comentado el asunto de la seguridad al responsable comercial pero no ha hecho nada para solucionarlo. ¿Tendría que comentárselo a alguien más de la empresa?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Sí, tendrías que comentarlo con Recursos Humanos para discutir posibles soluciones con el fin de evitar este tipo de situaciones”.

Ejemplo 4:

Tengo un colega que parece estar sumamente estresado. He tratado de hablar con él al respecto, pero se ha negado. Ayer se desmayó mientras trabajaba. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Es importante que informes inmediatamente tanto a Recursos Humanos como a tu responsable para que puedan actuar lo antes posible. Si no estás seguro de si esto se ha cumplido, no dudes en escalar el asunto a Dirección”.

Ejemplo 5:

Me acabo de dar cuenta que uno de nuestros compañeros ha estado bebiendo (de más) durante la comida y no veo claro que conduzca el toro. ¿Qué tengo que hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Debes informar inmediatamente al responsable y a Recursos Humanos. Debemos evitar cualquier comportamiento que pueda poner en peligro a alguien o la seguridad de tu entorno laboral”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

6.2 DIVERSIDAD

La diversidad de los talentos individuales en nuestro equipo humano fortalece la creatividad y nos permite desarrollar y comercializar productos relevantes.

VMV Cosmetic Group es una empresa incluyente, que proporciona igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Facilitamos la integración profesional de personas que están poco representadas entre el personal, en particular personas con discapacidades y en grupo sociales y/o étnicos sub representados.

Para ello, debemos:



Apoyar y fomentar el compromiso de VMV Cosmetic Group con la diversidad.

Asegurarnos de que nuestros proveedores, clientes y socios conocen nuestros valores con la diversidad de VMV Cosmetic Group.

No debemos:



Discriminar, acosar o intimidar a nadie basándonos por razón de sexo, discapacidad, estado civil o situación familiar, orientación sexual, edad, opiniones políticas y filosóficas, creencias religiosas, ni por sus orígenes étnicos, sociales culturales o nacionales.

Esta prohibición en contra de la discriminación se aplica no sólo a la contratación de personal, sino también a decisiones relacionadas con la formación, promoción, el trabajo continuo y las condiciones laborales en general, así como a las relaciones con los proveedores, clientes, socios comerciales y terceros.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Recursos humanos me ha sugerido que incorpore a una persona discapacitada al equipo. Soy consciente de que la diversidad es importante para VMV Cosmetic Group, pero me preocupa que esta persona tenga bajas laborales frecuentes que puedan afectar al equipo y, además, tendría que darle un trato especial que podría provocar recelos con los demás miembros del equipo.

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Estos son prejuicios. La experiencia demuestra que la presencia de personas discapacitadas no altera las relaciones laborales. La contratación de personas discapacitadas, al igual que cualquier

otra persona, se realiza por sus habilidades. Es posible que sea necesario implantar algunas medidas de adaptación, pero no suele ser lo habitual”.

Ejemplo 2:

Uno de mis colegas ha descartado a un proveedor que, en mi opinión, parecía cumplir todas nuestras expectativas. Por sus comentarios, sospecho que la razón es la nacionalidad y el origen étnico del proveedor. ¿Qué debería hacer?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Cualquier discriminación contra las personas por el color de su piel, su nacionalidad o su origen étnico no son aceptables en VMV Cosmetic Group. Esto niega el respeto que todos merecemos. Debes informar a la Dirección para que pueda valorar los criterios de selección del proveedor”.

Ejemplo 3:

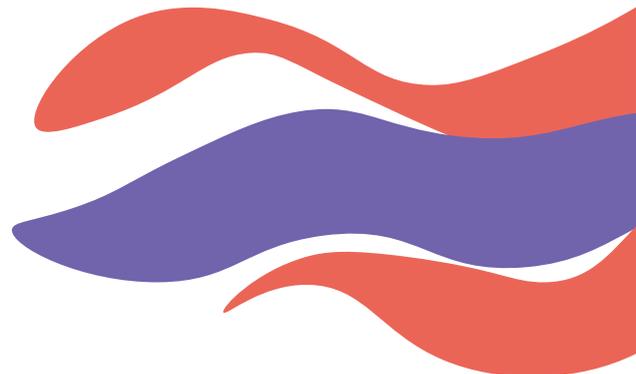
Me siento incómodo cuando escucho chistes de mal gusto acerca de algunos colegas que son homosexuales. ¿Qué debería hacer? ¿Debería hablar directamente con Recursos Humanos?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“La homofobia es absolutamente inaceptable. Todos tenemos derecho a ser respetados por los demás. Nuestro deseo es crear un entorno laboral que sea abierto e incluyente. Si te encuentras con este tipo de problema, intenta que los que cuentan los chistes comprendan que su comportamiento no es aceptable. También puedes pedir ayuda a Recursos humanos”.



Ejemplo 4:

No paro de oír que la diversidad es importante para el Grupo. ¿Significa esto que solo tendría que contratar o promocionar a mujeres o a personas procedentes de una minoría étnica?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“No, eso no es lo que esperamos. En VMV Cosmetic Group, contratamos basándonos única y exclusivamente en los méritos y habilidades de las personas, y por eso tendrías que seleccionar siempre al mejor candidato para el trabajo. Pero recuerda que la diversidad no se limita solo a mujeres y minorías étnicas. Incluye a otros grupos que a menudo están discriminados, como por ejemplo la gente mayor”.

Ejemplo 5:

Dentro de poco estaré de baja por maternidad y estoy preocupada por lo que ocurrirá cuando vuelva y por el futuro de mi carrera profesional. ¿A quién debería solicitar asesoramiento?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“La política de VMV Cosmetic Group es apoyar a las empleadas durante su baja por maternidad. Además del permiso por maternidad remunerado, VMV Cosmetic Group garantiza la reintegración de las empleadas al finalizar sus permisos por maternidad en su puesto anterior o en uno equivalente en cuanto condiciones y salario. Si tienes cualquier duda, tendrías que comentar el asunto con Recursos Humanos antes de iniciar tu baja por maternidad”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

6.3 ACOSO E INTIMIDACIÓN

Todos tenemos derecho al respeto y a la dignidad humana. En VMV Cosmetic Group, este principio es fundamental en nuestra forma de trabajar. Cualquier comportamiento o acción que pueda infringir este derecho y, en concreto, cualquier forma de acoso o intimidación, es inaceptable.

Para ello, debemos: 

Apoyar y fomentar el compromiso de VMV Cosmetic Group para ser un lugar de trabajo sin acosos ni intimidaciones.

Ser educados: tratar a nuestros compañeros de trabajo y terceros como nos gustaría que nos trataran a nosotros.

No debemos: 

Hacer daño, menospreciar o acosar a una persona o provocar que cometa un error deliberadamente.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

El responsable del equipo comercial puede llegar a ser muy intimidante. Sé que nos está presionando para que consigamos resultados, pero a veces, cuando se dirige a mi delante de todos mis compañeros, me genera una sensación de humillación terrible. ¿Puedo hacer algo al respecto?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“El responsable del equipo comercial tiene la obligación de desafiar y hacer que su equipo comercial consiga resultados. Ahora bien, eso no significa que te pueda faltar al respeto. Si sientes que no te está tratando de manera profesional, tendrías que intentar hablar con él. También puedes consultarlo con Recursos Humanos. No dudes en escalarlo a Dirección si fuera necesario. Un buen entorno laboral solo puede existir con la ayuda y participación de todos nosotros, tanto directores como trabajadores por igual.”



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

6.4 ACOSO SEXUAL

Todos nosotros tenemos derecho al respeto y a la dignidad humana. En VMV Cosmetic Group, este principio es fundamental en nuestra forma de trabajar. Cualquier comportamiento o acción que pueda infringir este derecho y, en concreto, cualquier forma de acoso sexual es inaceptable.

Para ello, debemos:



Apoyar y fomentar el compromiso de VMV Cosmetic Group para un lugar de trabajo sin acoso sexual.

Abstenernos de cualquier tipo de acoso sexual tanto internamente como en lo que respecta a nuestra relación profesional con terceras partes en el exterior.

Denunciar cualquier tipo de acoso sexual tanto internamente como en lo que respecta a nuestra relación profesional con terceras partes en el exterior (recuerda que hay un canal de denuncias anónimo).

No debemos:



Insistir en cualquier comportamiento que se considere indeseable.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ana María Ribes, nuestra Coordinadora General y Presidenta de la Fundación VMV:

Ejemplo 1:

Durante una fiesta del equipo comercial, una de mis colegas sintió que el responsable del equipo comercial se dirigía a ella con un lenguaje corporal y unos comentarios inapropiados. Pero tiene miedo de decir lo que piensa porque no quiere que piensen que es una puritana ni quiere poner en peligro su carrera profesional. ¿Qué debería hacer al respecto?

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“Deberías animar a tu colega para que hable con el responsable del equipo comercial directamente si se siente capaz de hacerlo. Alternativamente, también podría comentar el asunto a Recursos humanos. Si tu colega no toma ninguna medida, tú deberías informar de lo que te ha dicho a Recursos Humanos, incluso si no tienes pruebas o no has observado el acoso en persona. Es crucial detener el comportamiento ofensivo antes de que se vaya de las manos. No dudes en escalarlo a Dirección si fuera necesario. Recuerda también que tenemos un canal de denuncias anónimo y confidencial”.

Ejemplo 2:

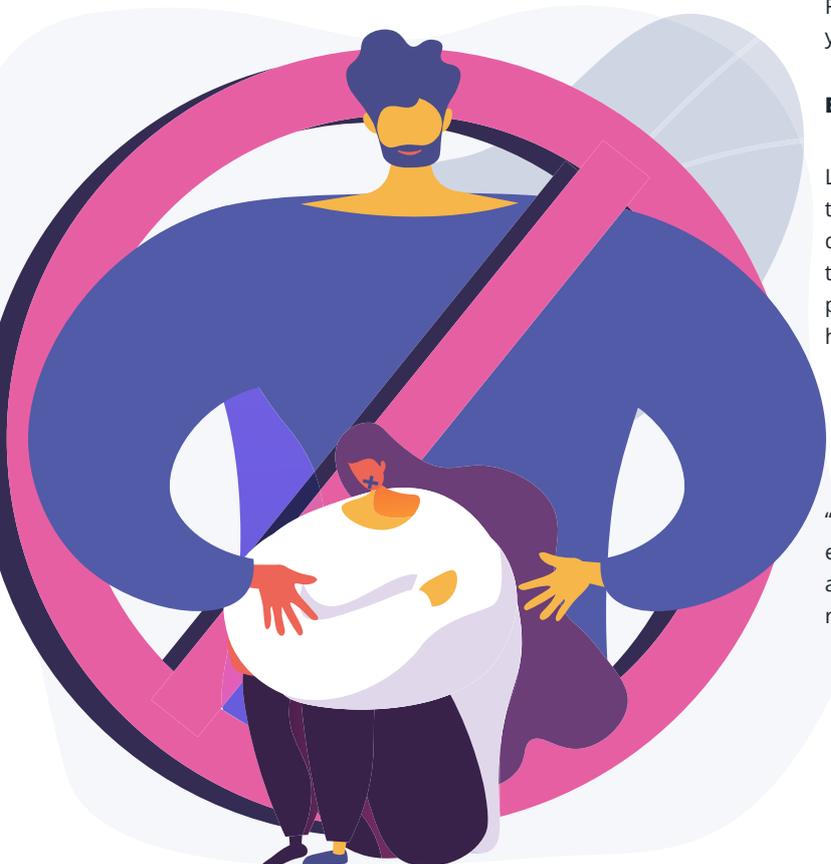
Le hago visitas con frecuencia a un cliente que siempre me está tocando la cintura, haciendo comentarios sobre mi figura y diciendo que nos compraría más si me fuera a cenar con él. Se trata de un cliente, no de un empleado de VMV Cosmetic Group, por lo que no estoy segura sobre si VMV Cosmetic Group puede hacer algo al respecto.

Ana María Ribes Teira

Coordinación general y presidenta de la Fundación VMV



“La política de VMV Cosmetic Group es asegurarse que sus empleados no sufren acoso sexual, de ningún tipo, incluido el acoso por parte de un socio comercial. Tendrías que acudir al responsable comercial o al departamento de Recursos Humanos”.





CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA **VMV COSMETIC GROUP**

ACTUANDO CON INTEGRIDAD EN TODO EL MUNDO

- 7. ¡Respeto a nuestros compromisos como ciudadano responsable!
- 7.1 Responsabilidad medioambiental

¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

7.1 RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

VMV Cosmetic Group respeta el medio ambiente e intenta minimizar su impacto sobre él. Nuestro objetivo es comunicar abiertamente nuestros logros en este campo, así como nuestros retos.

Muchas de las actividades necesarias para sacar nuestros productos al mercado tienen un impacto directo en el medioambiente. Es responsabilidad de todos intentar reducir ese impacto siempre que sea posible. Cada pequeño paso cuenta.

Para ello, debemos:



Poner en práctica el compromiso de VMV Cosmetic Group en los procesos ecológicos.

Dar preferencia al uso de materias primas renovables y al desarrollo de envases ecológicos.

Considerar cómo impacta en el medio ambiente nuestro comportamiento en todos los aspectos de nuestro trabajo, para que podamos reducir ese impacto siempre que sea posible.

Informar inmediatamente de cualquier derrame o emisión poco usual en el aire, en el agua o en el suelo.

Seleccionar cuidadosamente las empresas subcontratistas que se encargan de la gestión de los residuos.

Seguir un criterio de prudencia muy alto, tomando cuantas medidas de seguridad sean necesarias, siempre que se manipulen materiales y/o productos que pueden producir un daño medioambiental.

No debemos:



Ignorar las leyes locales e internacionales y demás normas de la empresa sobre responsabilidad medioambiental.

¿Es ético? Te invitamos a leer algunos ejemplos que responde Ramón Martínez, nuestro Director Científico y de Producción:

Ejemplo 1:

El dispositivo de control de contaminación del equipo de fabricación está dañado. Me acaban de informar que tardaremos tres días en conseguir las piezas y hacer la reparación. ¿Podemos realmente permitirnos parar la producción cuando aún tenemos que completar una gran cantidad de pedidos acumulados?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



“No tenemos opción. Nuestro compromiso con las buenas prácticas de fabricación tiene preferencia sobre plazos de producción o beneficios a corto plazo. Esta máquina no puede (ni debe) funcionar sin los controles de contaminación necesarios. Debes informar inmediatamente al responsable de producción para que te ayude a encontrar la mejor solución”.

Ejemplo 2:

Se ha producido en la planta de producción una fuga de un residuo que creo podría provocar un importante daño medioambiental. ¿Qué hago?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



“Debes informar inmediatamente al responsable de producción para que se activen todos los mecanismos y medidas de prevención, alerta y contención. Si no estás seguro de si esto se ha cumplido, no dudes en escalar el asunto a Dirección”.

Ejemplo 3:

Estamos haciendo la selección del proveedor que gestionará la recogida y tratamiento de los residuos de plástico. Hemos solicitado tres ofertas a diferentes competidores autorizados. Dos de las ofertas recibidas tienen un precio muy parecido y, la otra, tiene un precio muy inferior. ¿Qué debo hacer?

Ramón Martínez Ribes
Dirección científica y de producción



“Nuestro compromiso con el medioambiente va más allá de optar por la oferta económica más baja. Entre las ofertas de los competidores no deberían existir grandes diferencias. Si las hay, tal vez no hagan una correcta gestión de los residuos que tratan. En primer lugar, asegúrate de que es una empresa autorizada y que cumple con todos los requerimientos exigidos por la normativa vigente. Si tienes dudas, comparte tus inquietudes con tu responsable. Una correcta selección del proveedor es vital”.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

8. EL PAPEL DEL DIRECTOR Y DEL RESPONSABLE DE EQUIPO

Como director y/o responsable de un equipo, tienes una responsabilidad añadida porque:

- Debes servir de ejemplo y fomentar el comportamiento ético.
- Eres el encargado de tomar decisiones y te enfrentas a asuntos más complejos y difíciles.
- Los miembros de tu equipo te pedirán consejo y ayuda.

¿Cómo puedo dar ejemplo?

Más allá de tu comportamiento diario, que debe ser ejemplar, basta con unos gestos sencillos para mostrar la importancia que tiene para ti la ética en VMV Cosmetic Group. Por ejemplo:

Mostrar el espíritu de VMV Cosmetic Group en tu oficina y en la toma de cualquier decisión.

Tener siempre el código ético y de conducta a mano.

No preguntar ni tampoco poner en duda si tu equipo está poniendo el código ético y de conducta en práctica.

Tomarte todo el tiempo que sea necesario para explicar el código ético y de conducta a los nuevos empleados.

Elegir momentos a lo largo del año para hablar temas éticos.

Reflexionar continuamente con tus compañeros de equipo sobre los dilemas éticos que puedan surgir en tu trabajo.

Siempre que tengas la oportunidad, destaca y valora el comportamiento de un empleado que haya sido particularmente ético y valiente.

Es posible que las personas de tu equipo no se decidan a hablar contigo acerca de sus preocupaciones o cuestiones éticas. Coméntales que estás disponible para escuchar aquello que les preocupa y recuérdales que un empleado que plantee sus inquietudes de buena fe será siempre protegido ante cualquier represalia.

¿Cómo tener en cuenta la ética en el proceso de toma de decisiones?

Recuerda que no solo porque tengas el derecho de actuar esto quiere decir que tu decisión está en consonancia con los Principios Éticos del Grupo. Ten siempre el código ético y de conducta a mano.

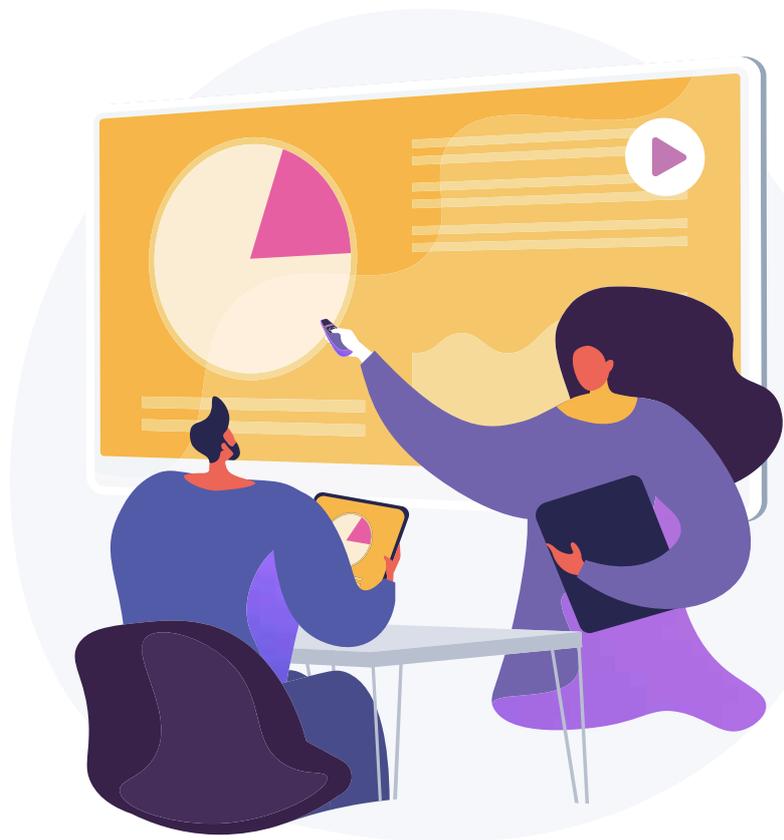
Si has tomado una decisión por razones éticas, compártela con tu equipo (siguiendo las normas de confidencialidad) para que puedan beneficiarse de tus conocimientos y seguir tu ejemplo.

¿Cómo responder a las preguntas de tu equipo?

Asegúrate de que estás al corriente de las diversas políticas éticas del Grupo.

Es tu responsabilidad garantizar que tu equipo conoce también estas políticas. Tómate todo el tiempo que sea necesario para escuchar a las personas de tu equipo: no suele ser fácil para ellos hablar sobre estas cuestiones.

Si no sabes cómo responder a sus preguntas, indícales quién puede asesorarles de la mejor forma posible.



¡RESPECTO A NUESTROS COMPROMISOS COMO NEGOCIO!

9 ¿CÓMO FUNCIONA EL CANAL DE DENUNCIAS?

¿Para qué sirve el canal de denuncias?

VMV Cosmetic Group pone a disposición de trabajadores, proveedores, clientes y demás socios comerciales un canal de denuncias seguro, confidencial y anónimo con el propósito de prevenir, conocer y, en su caso, establecer mecanismos de control futuros para evitar comportamientos contrarios a la Ley y/o al Código Ético y de Conducta.

¿QUÉ SE PUEDE DENUNCIAR?

Se podrá denunciar cualquier comportamiento contrario a la Ley y/o al Código Ético y de Conducta cometido por trabajadores, clientes, proveedores y socios comerciales de VMV Cosmetic Group.

Algunos ejemplos de comportamientos contrarios a la Ley y al Código Ético y de Conducta que se pueden denunciar:

- Malas prácticas financieras, contables, comerciales.
- Publicidad engañosa.
- Conflictos de interés en la selección de personal o proveedores.
- Sobornos / pagos de facilitación a funcionarios.
- Blanqueo de capitales.
- Irregularidades medioambientales.
- Presentación fraudulenta de impuestos.
- Actitudes de acoso, intimidación, discriminación...
- Uso de recursos de la empresa indebidos.

¿QUIÉN RECIBE LA DENUNCIA?

La denuncia la recibirá el director de RRHH y el responsable de cumplimiento normativo en España (sede central).

¿Qué necesitamos saber las personas que gestionamos la denuncia?

Las denuncias recibidas deben contener los datos necesarios para poder contrastar la veracidad de los hechos denunciados.

Es importante, en la medida de lo posible, tener conocimiento de lo siguiente:

- Explicación clara y detallada de los hechos.
- Las personas involucradas en el hecho denunciado.
- Donde ha ocurrido el hecho denunciado.
- Cuando ha ocurrido el hecho denunciado.
- Documentos, archivos u otra información que se estime relevante para la evaluación y resolución de la denuncia.

¿Puede ser anónima?

Sí, la denuncia puede ser totalmente anónima (en caso de presentar una denuncia anónima, no podremos informarte de su resolución).

¿Cómo puedo presentar una denuncia?

Podrás presentar de forma fácil, anónima y confidencial una denuncia de tres maneras distintas:

- 1º.- A través del canal de denuncias que se encuentra en la página web: <https://vmvcosmeticgroup.com/denuncias/>
- 2º.- Mediante correo electrónico, a la siguiente dirección:
canaldedenuncias@vmvcg.com
- 3º.- Si lo prefieres, puedes hacerlo también telefónicamente llamando a nuestras oficinas centrales e indicando que quieres presentar una denuncia. Teléfono de las oficinas centrales (+34) 93.860.81.11

¿Puede tomar represalias la empresa si pongo una denuncia?

No. ¡jamás! VMV Cosmetic Group asume el más firme compromiso de no adoptar ningún tipo de represalia contra ningún trabajador, proveedor, cliente ni otros socios comerciales por la presentación de una denuncia de buena fe.

Todas las denuncias tienen asignado un número de registro correlativo e inalterable el cual podrás conocer en el momento de realizar la presentación a través del formulario online (en caso de presentar la denuncia por correo electrónico o por teléfono, el número de registro se te facilitará en el plazo máximo de 3 días hábiles).

Una vez presentada, la denuncia será analizada conjuntamente por el director de RRHH y el responsable de cumplimiento normativo en el plazo máximo de 15 días hábiles.

Si, tras este primer análisis preliminar, se considera que hay elementos suficientes para llevar a cabo una investigación, se designará a una persona con los conocimientos, aptitudes y el nivel de responsabilidad suficiente dentro del grupo para que pueda instruirlo.

Por el contrario, si no hubiera elementos suficientes de prueba (cuando la denuncia no sea anónima), se informará al denunciante para que, si lo considera apropiado, presente más medios de prueba.

El tiempo de duración de la instrucción vendrá determinado por los hechos denunciados y las acciones que deban tomarse, si bien, en la medida de lo posible, la instrucción nunca durará más de 6 meses.

Salvo que exista un riesgo importante de destrucción de pruebas, siempre se dará audiencia al denunciado para que pueda manifestar lo que considere oportuno.

Todas las denuncias, aun cuando no fueran instruidas por falta de elementos de prueba, serán debidamente atendidas y resueltas motivadamente.

Una vez resuelta la denuncia (cuando la denuncia no sea anónima), se informará en extracto de su resolución al denunciante (respetando siempre el derecho a la confidencialidad que tiene la persona que ha sido denunciada).



COSMETIC GROUP