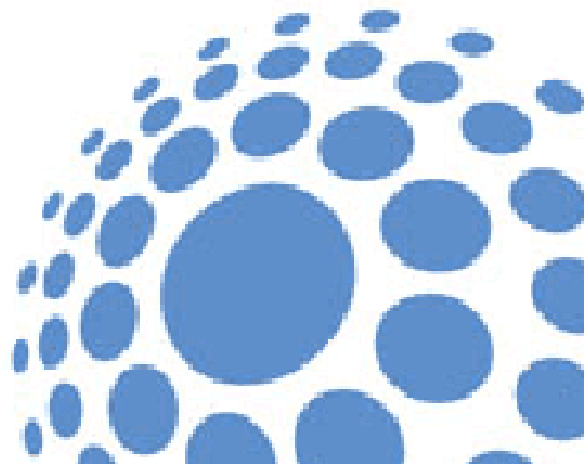


Código de Conducta del Promotor

Programa PIPE
2007-2013



PRINCIPIOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA*

1. Principio de Independencia

El promotor asumirá una posición independiente respecto al cliente, asegurándose de que la opinión emitida está basada en la adecuada ponderación de todos los hechos y opiniones responsables.

Colocará el interés del cliente por encima de los propios y lo servirá con integridad, independencia y profesionalidad.

Si la independencia de actuación quedase violada en el proceso de actuación informará al comité de control (*La interpretación del Código debe ser estricta. En caso de duda, será la Secretaría Técnica la que analice si la conducta se adecua al código de conducta, y plantee a la Unidad Operativa cualquier duda*) quien decidirá sobre la situación planteada.

2. Principio de Confidencialidad

Se observará como confidencial toda la información que se obtenga en el proceso del desarrollo de la labor de consultoría; no se aprovechará en beneficio propio o se proporcionará a terceros elementos que permitan un beneficio económico o una mejora de su posición competitiva basada en la información confidencial que se obtenga.

Se informará al cliente y a la Secretaría Técnica de cualquier relación, circunstancia o interés que puedan influenciar el juicio o la objetividad de los servicios prestados.

3. Principio de colaboración responsable

Se aplicarán, en la medida de lo posible los principios de la consultoría de proceso, apoyando la formación responsable de los directivos de la empresa para conseguir la elaboración conjunta del diagnóstico y de la acción correctora.

Se evitará la creación de dependencia entre la empresa y el promotor, tanto antes como después del programa.

4. Principio de Reconocimiento del Cliente

El Promotor reconocerá a la empresa en su conjunto como su cliente. Evitará emplear su poder de influencia en maniobras de manipulación de fracciones o grupos de poder que pudieran existir en la empresa.

La intervención en el sistema y organización de la empresa será adecuada al problema planteado, y limitará sus recomendaciones y planteamiento de alternativas a las posibilidades efectivas de la empresa que garanticen su estabilidad y continuación en el tiempo.

Se abstendrá, en cualquier caso, de favorecer situaciones o proporcionar alternativas que le favorezcan económicamente a él o a su entorno económico fuera del programa. Si su conciencia le exige el planteamiento de una situación que entienda delicada, lo pondrá en conocimiento tanto de la empresa como de la Secretaría Técnica del programa.

5. Principio de Función Social

El Promotor utiliza un tiempo, unos medios y un presupuesto público limitados y susceptibles de ser utilizados con otros objetivos.

Evitará el despilfarro o la malversación de dichos medios e informará a la Secretaría Técnica si la empresa no cumple con los requisitos de actuación responsable que se le exigen.

La recomendación de apoyos complementarios y/o de asistencia a otros programas le será dada desde su posición técnica independiente y profesional.

6. Principio de Profesionalidad Responsable

El Promotor de Comercio Exterior aplicará sus conocimientos y experiencia de forma responsable obteniendo la información, solicitando la ayuda adicional especializada que fuese precisa y admitiendo sus límites profesionales si fuesen pertinentes al caso.

No sustituirá nunca al cliente en el proceso de decisión ni se arrogará interna o externamente ningún otro poder o representación que el que su papel en el programa le confiere.

En cualquier caso será incompatible la prestación de cualquier servicio, retribuido o no, directo o indirecto, con la empresa cliente durante el periodo de ejecución del Programa así como en el plazo de cuatro meses a partir de la finalización de la relación contractual surgida con ocasión del PIPE.

7. Principio de Información y Admisión de Control

Como consecuencia del principio de responsabilidad social, el Promotor de Comercio Exterior admitirá la existencia de ciertas instituciones -Secretaría Técnica, Unidad Operativa- que verifiquen el grado de calidad y la eficacia final de la ayuda proporcionada por el Promotor.

Proporcionará la información exigida por todas las Instituciones para la prueba suficiente de que el proceso está siendo realizado de forma correcta. Procurará, sin embargo, cumplir el compromiso de confidencialidad de las informaciones internas de la empresa, concertando con ésta, en caso de duda, la información que se envíe.

En el caso de tener que trasladar información a otro Promotor por razones del propio programa, lo hará de acuerdo y en combinación con la empresa participante.

8. Principio del Cambio Organizativo

Toda actividad consultiva supone un impacto de cambio en la organización y en las personas, sea en el diagnóstico, en la puesta en marcha o en las recomendaciones. El promotor respetará la dimensión humana y no intervendrá en la modificación de actitudes y comportamientos o en la reducción de las resistencias al cambio más allá de lo que fuese preciso para la consecución del objetivo previsto, explicitando a los responsables de la empresa sobre las necesidades.

** El Promotor será evaluado tanto por las empresas en las que haya desempeñado su labor de consultoría como por las Secretarías Técnicas a cargo de dichas empresas. Parte sustancial de dicho proceso de control de calidad será el cumplimiento del código de conducta.*