



# CÓDIGO ÉTICO

## DCM

**FECHA DE APROBACIÓN:**

Edición	Órgano responsable	Fecha	Firma
PRIMERA	GERENCIA	29/09/2020	JOSÉ DAVID CASTRO MARÍN

**HISTÓRICO DE MODIFICACIONES:**

Edición nº	Responsable	Fecha	Páginas	Motivo de la modificación

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b>	<b>3</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>2. SISTEMA ÉTICO</b>	<b>5</b>
2.1. OBJETO	5
2.2. ALCANCE	5
<b>3. GESTIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO</b>	<b>5</b>
3.1. APROBACIÓN	5
3.2. PLAN DE COMUNICACIÓN	6
3.3. REVISIONES	6
3.4. CONTACTO PARA CONSULTAS O DENUNCIAS	6
3.5. MEDIDAS SANCIONADORAS	7
3.6. DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS	8
<b>5. TRABAJADORES DE DCM</b>	<b>9</b>
5.1. BUENAS PRÁCTICAS HACIA LA NO DISCRIMINACIÓN	9
5.2. SALUD Y SEGURIDAD	9
<b>6. CLIENTES</b>	<b>9</b>
6.1. BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES	9
6.2. PUBLICIDAD RESPONSABLE	9
<b>7. PROVEEDORES. PRINCIPIOS Y COMPROMISO ÉTICO Y SOCIALMENTE RESPONSABLE</b>	<b>10</b>
<b>8. FORMACIÓN DEL PERSONAL</b>	<b>10</b>
<b>9. ENTORNO SOCIAL</b>	<b>10</b>
9.1. CONTROL SOCIAL	10
9.2. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO	10
<b>10. ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>10</b>
<b>11. COMPETENCIA</b>	<b>11</b>
11.1. COMPETENCIA LEAL	11
<b>12. CONFIDENCIALIDAD</b>	<b>11</b>
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y RESPETO A LA PRIVACIDAD	11
<b>13. DERECHOS HUMANOS</b>	<b>11</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Las actividades de DCM se guían por su plan estratégico, basado y perfectamente alineado con la misión, visión y valores de la organización:

### ➤ Misión

Generar valor en nuestra actividad, que nos permita crecer como empresa y como personas.

### ➤ Visión

Enfoque multisectorial. Implicación y colaboración con clientes. Respuesta rápida en proyectos y en calidad de gestión.

### ➤ Valores

La base sobre la que crecer como personas y como profesionales. Creemos que las personas son la base de la empresa, y tienen que ser los verdaderos protagonistas del desarrollo empresarial. Estamos involucrados a fondo con la mejora continua de los servicios que prestamos, pero también la de las personas que trabajan con nosotros; pudiendo lograr así la satisfacción de todas ellas.

La integridad ética y profesional de nuestras relaciones internas y externas.

El compromiso de la Organización para la mejora permanente de nuestros servicios.

Para la consecución de estos objetivos, nuestras acciones se reflejan en tres campos:

**Formación,**

**Comunicación y**

**Participación.**

Así, la base del presente Código Ético se encuentra en unas normas mínimas de comportamiento (conducta ética y responsabilidad), que deben ser claramente atendidas tanto por todos los/as trabajadores/as de la compañía, como por aquellos/as que colaboran con ella, tanto de manera regular como esporádica, como por ejemplo, los subcontratados y proveedores.

Por lo tanto, **este Código aplica a todo el personal trabajador, colaborador y proveedor de DCM**, teniendo en cuenta los siguientes principios:

- Todos los servicios se planifican y se llevan a cabo bajo una perspectiva ética y socialmente responsable.
- Todas las personas físicas, así como las jurídicas que mantengan tanto directa como indirectamente cualquier tipo de relación laboral, económica o social con DCM son tratados con dignidad y respeto.
- Los proveedores de DCM comprenden este Código y se adhieren a el.

## **2. SISTEMA ÉTICO**

### **2.1. OBJETO**

DCM implanta el Sistema Ético socialmente responsable con causa, por un lado, en el compromiso de la dirección, que está comprometida con alcanzar la excelencia en el ejercicio de su objeto social y con ser un referente en su campo desde un punto de vista competitivo, y por otro, en las actualizaciones en materia penal de nuestro ordenamiento jurídico.

El sistema ético y socialmente responsable se basa en:

- Principios de buen gobierno,
- Desarrollo tanto profesional como personal,
- Integridad ética de relaciones profesionales tanto internas como externas.

### **2.2. ALCANCE**

Este documento describe la cultura operativa de la compañía y su alcance abarca a todas las personas que forman parte de DCM, así como las que trabajan en su nombre.

De esta manera, todas estas personas deben conocerlo y comprometerse con su cumplimiento.

## **3. GESTIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO**

### **3.1. APROBACIÓN**

El Código Ético se elabora por la Jefa de Administración y es aprobado por el Gerente de DCM.

### 3.2. PLAN DE COMUNICACIÓN

Todo documento ha de estar al alcance de todas las personas a las que les afecte en su trabajo, para lo cual se encuentran disponibles en formato electrónico en la red interna de la empresa, donde están actualizados con últimas modificaciones, que serán corregidas por la Jefa de Administración .

El personal tiene acceso a la lectura e impresión de todos los documentos del Sistema, y será responsabilidad del propio/a empleado/a la verificación de que las copias que posee impresas corresponden a la última versión del documento.

En el caso en el que se entregase alguna copia a entidades o empresas externas, no será responsabilidad de DCM la actualización de dicha documentación, ya que será una copia no controlada.

La Jefa de Administración define los siguientes métodos de distribución del Código:

- En la página web. El Código Ético se publica en la página Web de la empresa. Así, se encuentra a disposición de todos los grupos de interés.
- En el sistema red interno de la compañía, en el que se da soporte a documentos de DCM que cualquier empleado/a puede consultar. Dcmserver01/TRABAJO/DCM/Codigo Etico
- Copia en papel. La Jefa de Administración puede considerar necesario entregar una copia del código ético al personal de la compañía o a terceros interesados.
- Por correo electrónico. La Jefa de Administración puede considerar oportuno enviar mediante correo electrónico el Código Ético.

### 3.3. REVISIONES

Las modificaciones que sufra el código ético son propuestas y realizadas por la Jefa de Administración y son aprobadas por el Gerente.

### 3.4. CONTACTO PARA CONSULTAS O DENUNCIAS

DCM dispone de un canal externo para la comunicación de consultas y denuncias, a través del cual se analizarán con rigor, objetividad y confidencialidad, tal y como se describe en el procedimiento correspondiente.

Así, la denuncia se efectuará rellenando el modelo de formulario que se le remitirá una vez que se realice el primer contacto a través de este canal, debiendo adjuntar toda la documentación de la que se disponga y que sirva de soporte justificativo de la misma.

La denuncia se comunicará preferentemente vía correo electrónico preferentemente y acusando recibo del envío efectuado. Se comunicará respetando siempre la normativa de protección de datos así como el anonimato del denunciante para protegerlo, tal y como se exige en la normativa vigente.

La dirección de envío de denuncias o comunicaciones es la siguiente

- Canal externo: [compliance@gcconsultores.es](mailto:compliance@gcconsultores.es)
- Por correo ordinario a la dirección postal de las oficinas centrales en A Coruña sitas en c/ Enrique Mariñas, 36. 6ª plta. Oficina 8. 15009, A Coruña.

El canal de denuncias está disponible para todos los trabajadores de la compañía, que en un momento dado:

- Se puedan ver afectados por un incumplimiento de alguna de las normas de actuación
- Tengan conocimiento del incumplimiento de obligaciones, principios o valores de la compañía por parte de un tercero.
- Tengan dudas sobre cómo deben actuar de manera diligente en un momento dado.
- Se les presente una situación de conflicto de interés a la hora de laborar.

La persona denunciante tiene el deber de guardar secreto sobre la denuncia formulada, así como sobre la identidad de la persona o personas denunciadas y de los hechos y documentación objeto de denuncia. Asimismo, deberá estar plenamente disponible para cooperar con el Órgano de Control y su personal de apoyo durante todo el proceso de investigación de los hechos denunciados.

Las dos principales características de este canal externo son: el **anonimato** y la **independencia**.

Debe haber conciencia de que en el caso de que se produzca un incumplimiento del “deber de informar”, esta inacción será constitutiva de una infracción del deber de buena fe de la relación laboral (art. 5 Estatuto de los Trabajadores), y se puede considerar desde falta grave hasta falta muy grave, pudiendo llegar incluso a ser causa de despido disciplinario (art. 54.2 d Estatuto de los Trabajadores)

### 3.5. MEDIDAS SANCIONADORAS

DCM no dispone de una reglamentación disciplinaria de carácter interno que sea complementaria a la recogida en el Estatuto de los Trabajadores y su Convenio Colectivo.

Todo empleado/a que realice prácticas de comportamiento laboral o cualquier otro tipo de conducta en términos contrarios a lo establecido en este Código Ético, será sancionado mediante las medidas disciplinarias que se recogen en el convenio colectivo de aplicación (Convenio Colectivo de Comercio Vario de A Coruña) en función del tipo de falta que cometa (leve, grave o

muy grave) y en su defecto, por lo recogido en el Estatuto de los Trabajadores y demás normativa de carácter laboral.

***Instrucciones a nivel interno para la gestión correcta del canal de denuncias:***

A mayores, y desde el plano interno, estarán prohibidas, como conductas de mala praxis que dificultan la correcta implantación del canal de denuncias:

- a) La falta de diligencia a la hora de utilizar el canal externo de denuncias para dar parte sobre una infracción que se pueda cometer en el seno de la compañía.
- b) La adopción de represalias en contra de un compañero por haber utilizado el canal externo de denuncias para comunicar el conocimiento o sospecha fundada de una infracción en la empresa.
- c) Toda aquella conducta que contribuya a impedir o dificultar el descubrimiento de delitos o de otras infracciones; así como las acciones u omisiones que contradigan los principios y valores recogidos en el código ético.

**Sanciones:** Se aplicarán las sanciones que procedan, siempre de acuerdo con lo establecido en el convenio colectivo de aplicación y demás normativa laboral.

### **3.6. DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS**

La Gerencia identifica y clasifica los distintos grupos de interés relacionados con la empresa, así como sus expectativas y necesidades. También se instauran medios de comunicación con los mismos. La caracterización de nuestros grupos de interés y los canales de comunicación se detallan en el Manual del Sistema Integrado de Gestión.

## **4. POLÍTICA DE REGALOS Y DONACIONES**

Las relaciones entre la compañía y sus grupos de interés no se sustentarán en ningún caso de regalos o atenciones recibidas o emitidas.

No se aceptan aquellos regalos que fueran más allá de su entorno cultural, atendiendo a criterios de honestidad y transparencia bajo sanción disciplinaria grave en caso de que se haga caso omiso a este deber.



## **5. TRABAJADORES DE DCM**

### **5.1. BUENAS PRÁCTICAS HACIA LA NO DISCRIMINACIÓN**

La compañía promueve prácticas de no discriminación entre sus empleados. En primer lugar, la contratación de personal se ve regida en base a igualdad de oportunidades y no discriminación, velando por la no diferenciación de personas en función de su género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad, cultura, u orientación sexual o política.

### **5.2. SALUD Y SEGURIDAD**

Los trabajadores pertenecientes a la plantilla de DCM trabajan en un medio ambiente de trabajo saludable y seguro. Se realiza una evaluación de riesgos para cada puesto de trabajo, y se toman medidas efectivas para prevenir incidentes potenciales de salud y seguridad, así como lesiones o enfermedades ocupacionales originadas de, asociadas con o que ocurren en el desempeño del trabajo. La compañía minimiza o erradica en la medida de lo posible las causas de todos los peligros en el lugar de trabajo, con apoyo de una entidad externa.

Todos los trabajadores son informados de los distintos riesgos que supone su puesto de trabajo, y se les ofrece la formación requerida. Si lo desean, pueden opcionalmente realizar un seguimiento de la Salud con la organización, sometiéndose a análisis médicos de periodicidad anual.

## **6. CLIENTES**

### **6.1. BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES**

La compañía se basa en la transparencia y el respeto a la hora de llegar a acuerdos con el cliente. Se proporcionan presupuestos claros y concisos, detallando en la misma oferta las condiciones negociadas con los clientes, con el fin de que puedan entender las distintas partes del desarrollo de la actividad a realizar.

### **6.2. PUBLICIDAD RESPONSABLE**

Toda la información pública relacionada con los servicios que ofrece DCM se hace de manera seria, formal y contrastada, sin incurrir en publicidad engañosa ni ofrecer unas expectativas que de manera consciente, se tiene la certeza de que no se van a poder alcanzar.

## **7. PROVEEDORES. PRINCIPIOS Y COMPROMISO ÉTICOS Y SOCIALMENTE RESPONSABLES**

DCM considera que la transparencia, el respeto y la seriedad son aspectos clave en cuanto a sus relaciones con empresas proveedoras, subcontratistas y colaboradoras.

En procesos de selección de proveedores y colaboradores se tiene cuenta:

- Su comportamiento ético y socialmente responsable.
- Las calidades de los productos que ofertan
- Los plazos de entrega
- La disponibilidad, sobre todo en situaciones de urgencia
- La antigüedad o tiempo de colaboración y la confianza previa, en caso de existir.

Los proveedores, al igual que los empleados, deberán tener constancia de la existencia del sistema ético y adherirse a él a la hora de mantener relaciones comerciales con la compañía.

## **8. FORMACIÓN DEL PERSONAL**

La compañía apuesta por la formación del personal orientado a cada uno de los distintos puestos de trabajo y a sus necesidades para que conozcan el sistema ético de la compañía

## **9. ENTORNO SOCIAL**

### **9.1. CONTROL SOCIAL**

La compañía tiene en cuenta los distintos impactos en las comunidades en las que se desarrolla. Por ello, se identifican impactos sociales de su actividad, tanto positivos como negativos, adoptando las medidas oportunas para mejorar su contribución a la sociedad.

### **9.2. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO**

DCM se compromete a desarrollar actividades en su entorno social, facilitando cauces de comunicación y cooperación entre grupos de interés.

## **10. ENTORNO AMBIENTAL**

Dentro de los objetivos y metas de la compañía, se incluyen aspectos de índole ambiental, realizándose también un estudio de impacto ambiental derivado de las actividades desarrolladas por DCM.

## **11. COMPETENCIA**

### **11.1. COMPETENCIA LEAL**

Los valores que deben caracterizar la relación de la Organización con otras empresas competidoras y/o colaboradores con los que alguna vez tuvieron relación laboral, se basan en el respeto, la honestidad, la transparencia y la cooperación, fomentando el acuerdo escrito entre las partes como vía de resolución ante diferencias al respecto.

## **12. CONFIDENCIALIDAD**

### **SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y RESPETO A LA PRIVACIDAD**

Cumpliendo con la LO 3/2018 de 5 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de Derechos Digitales y el RGPD, así como cualquier otro requisito legal, toda la información recopilada por DCM, con origen en sus propios trabajadores, clientes, proveedores, competencia, o cualquier otro grupo de interés relacionado con la misma, será salvaguardada con el interés único y exclusivo pactado con dicha parte.

## **13. DERECHOS HUMANOS**

Este Código Ético ha sido desarrollado basándose en el compromiso de DCM con los Derechos Humanos: Existen unas normas y pautas mínimas que deben ser conocidas y entendidas tanto por los trabajadores de la compañía, como por aquellos que trabajan en nombre de ella y los subcontratados y proveedores de la misma.

Los Derechos Humanos son aquellos derechos que tenemos todas las personas por el mero hecho de existir, por lo que, para DCM es imprescindible respetarlos, permitiendo crear condiciones indispensables para que las personas vivan de manera digna en su entorno laboral.

**Legislación:**

- [Declaración Universal de los Derechos Humanos \(DUDH\)](#)
- [Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos \(PIDCP\)](#)
- [Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales \(PIDESC\)](#)

**Sistema Europeo:**

- [Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales \(CEDH\)](#)
- [Carta Social Europea \(CSE\)](#)
- [Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea \(CDFUE\)](#)