

CÓDIGO DE CONDUCTA

Contenido

1. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS:	3
2. POLÍTICAS Y CULTURA ÉTICA:	3
» Derechos humanos y ODS.....	3
» Responsabilidad y Buen Gobierno Corporativo	3
» Anticorrupción.....	4
» Ant blanqueo y antielusión.	4
» Datos Personales.	4
» Medio ambiente.....	5
» Tecnología y Seguridad.	5
» Medios.	5
» Formación.....	5
» Conflicto de intereses.....	5
» Igualdad de oportunidades.....	6
» Transparencia.....	6
» Seguridad y salud en el entorno profesional y empresarial.	6
» Relación con Administraciones Públicas y Reguladores.	7
» Competencia leal.....	7
3. CÓDIGO DE CONDUCTA	7
4. VALORES ESENCIALES DEL CÓDIGO DE CONDUCTA:	9
» Cultura de cumplimiento.....	9
» Indemnidad de la reputación corporativa.	9
» Reglas de concurrencia.....	10
» Información sensible y deber de sigilo.	10
5. ENTRADA EN VIGOR DEL CÓDIGO	10

1. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS:

Algunos de los profesionales y socios de las empresas agrupadas atesoran una experiencia profesional de más de cuarenta años. Esa dilatada práctica se ha venido desarrollando en diversos sectores relacionados con el sector inmobiliario y el desarrollo urbano.

El reto de ARNAIZ 4.0 AIE y de sus socias fundadoras es el de aunar esos extensos currículos con la vanguardia de la tecnología y las nuevas formas de producción y de entender el negocio inmobiliario.

El objetivo de las empresas agrupadas en ARNAIZ es el de canalizar en un único punto de encuentro las diferentes experiencias y saberes que confluyen en el ámbito del desarrollo y crecimiento de las ciudades. De esta manera, los sistemas de comunicación interna y externa que ofrece ARNAIZ, garantizan que los productos y servicios de cada una de las empresas agrupadas tienen como valor añadido y diferencial el de un sistema de producción colaborativo que realiza múltiples puntos de vista sobre los diferentes saberes que integran el negocio inmobiliario.

2. POLÍTICAS Y CULTURA ÉTICA:

» Derechos humanos y ODS.

Todas las políticas y regulaciones sectoriales tienen como nexo común que, en su interpretación y aplicación, son normas inspiradoras la Carta de Derechos Humanos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la Organización de Naciones Unidas en la Conferencia de Río de Janeiro de 2012, que cristalizan en las 17 medidas de la Agenda 2030 de 25 de septiembre de 2015.

» Responsabilidad y Buen Gobierno Corporativo

Todas las medidas tendentes a la implantación de un modelo de Gobierno Corporativo serán de conformidad con lo establecido en el “Informe de Principios de Gobierno Corporativo” (2004) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), con el objetivo de crear valor con un enfoque económico, social, medioambiental y funcional de las empresas miembro hacia la esfera pública que proteja tanto a los inversores de aquellas, como a las personas y entidades que se relacionan con la misma.

» Anticorrupción.

La Regulación tiene como fin perseguir las conductas fraudulentas que conducen a la idea vulgar de “soborno”. Y ello, no sólo en los supuestos que tradicionalmente han venido involucrando a las relaciones con los poderes públicos sino también haciendo un punto de vista preventivo sobre la corrupción entre particulares tal y como se configura en el art. 420 y siguientes del Código Penal.

» Antiblancqueo y antielusión.

La Política tiene como finalidad establecer, de conformidad con los estándares internacionales sobre la materia, los criterios tendentes a evitar que la estructura societaria de los miembros de esta Agrupación pueda ser utilizada en la ejecución de cualquier operación de blanqueo de capitales (entendida ésta como la comisión, participación, asociación, tentativa, ayuda, instigación o el aconsejar a alguien para realizar o facilitar la ejecución de las siguientes conductas: la conversión, disposición, adquisición, posesión, utilización o la transferencia de bienes a sabiendas de su origen ilícito o participación en un hecho delictivo; la ocultación o el encubrimiento de la naturaleza, el origen, la localización, el movimiento o la propiedad real de bienes o derechos sobre bienes procedentes de una actividad delictiva o de la participación en una actividad delictiva.

Respecto de la Política antielusión, la misma tiene como objetivo principal evitar la evasión fiscal a nivel nacional e internacional, con el objetivo de asegurar la correcta aplicación del sistema tributario en su conjunto, evitando que esa aplicación se vea alterada por la realización de actos o negocios fraudulentos o “artificiosos” dirigidos a obtener una aplicación de ese sistema fiscal contraria a los fines del mismo.

» Datos Personales.

El fin es garantizar los derechos -incluidos los digitales- y libertades en relacionados con la especial protección de los datos personales de las personas mediante un tratamiento total o parcialmente automatizado, así como al tratamiento no automatizado de los mismos. Todo ello de conformidad con los siguientes principios básicos: la exactitud de los datos; el derecho de información de los interesados en el tratamiento de sus datos personales y la confidencialidad de quienes intervengan en dicho proceso y; el consentimiento específico, informado e inequívoco del titular de los datos. Pero también la garantía de la rectificación y/o anulación de los datos tratados.

» Medio ambiente.

Se exige a los miembros de Agrupación un alto nivel de compromiso con la política ambiental, basada en la norma ISO 14001, cuyo objetivo es el cumplimiento de toda la normativa y otros requisitos ambientales aplicables y la mejora continua de las actividades relacionadas con la protección al medio ambiente y protección de la salud con un especial énfasis en la instauración de medidas correctoras de las emisiones nocivas y la correcta optimización de la gestión de recursos naturales.

» Tecnología y Seguridad.

Actualmente la Agrupación promueve entre sus miembros la digitalización constante de procesos con una especial vigilancia sobre las vulnerabilidades de los sistemas, con el fin de evitar las fugas y pérdidas de información, la suplantación de identidades o el uso y explotación de informaciones sensibles derivadas de ataques externos.

» Medios.

La política de medios materiales busca el compromiso entre la suficiencia de estos y el servicio al cliente sin que pueda prevalecer el uso particular de aquellos o su distracción para el menoscabo de la excelencia de los bienes y servicios ofrecidos por los miembros de la Agrupación.

» Formación.

La Agrupación, sus socios y resto de personas físicas o jurídicas que se integran o cooperan con los órganos directivos, asumen como valor superior el fomento de medidas y acciones que mejoren las competencias y saberes tanto del personal contratado, como de colaboradores, ya sean estos empresarios individuales como colectivos. El fin último de este compromiso con la formación es el de la calidad y excelencia de los productos y servicios ofrecidos al mercado; lo que necesariamente comportará también un punto de vista ético en las relaciones interpersonales.

» Conflicto de intereses.

Las medidas tanto en el seno de la Agrupación como en el de las personas físicas o jurídicas que se relacionan con aquella serán tendentes a evitar decisiones de inversión personal y de negocios que puedan comprometer la capacidad para tomar decisiones en beneficio de las empresas agrupadas.

Será obligatoria la declaración de cualquier interés individual que pueda entrar en conflicto con las empresas miembro y con la propia Agrupación, con el objeto de no empañar la toma de decisiones con factores ajenos al buen juicio profesional o técnico, y garantizando una imagen de imparcialidad y objetividad.

La revelación de tales conflictos de interés se efectuará, según la naturaleza interna o colectiva de los mismos, a los órganos de gobierno de las empresas miembro o a los de la Agrupación, respectivamente.

» Igualdad de oportunidades.

Los aspectos a considerar durante los procesos de reclutamiento, selección, contratación, promociones, ascensos y reconocimientos en el seno de las empresas miembro, tendrán su fundamento en la equidad y transparencia, a través de la utilización de metodologías que avalen y documenten la objetividad de dichos procesos conducentes a reconocer los valores de la cualificación y el compromiso con el desempeño de la misión individual en pro del interés colectivo.

» Transparencia.

La finalidad de esta política es la adopción de medidas y el auspicio de criterios tendentes a suministrar siempre y en todo momento una información veraz, completa y comprensible.

Velar por la fiabilidad y rigurosidad de la información financiera que, de acuerdo con la normativa legal aplicable, se suministre públicamente al mercado. En concreto, se aplicarán las políticas contables, los sistemas de control y los mecanismos de supervisión definidos por cada empresa agrupada para que la información relevante se identifique, prepare y comunique en tiempo y formas adecuados.

» Seguridad y salud en el entorno profesional y empresarial.

Cada miembro de la agrupación proveerá lo necesario para que las relaciones y funciones, tanto de los empleados, como los colaboradores ocasionales, clientes y proveedores se desarrollen en un medio seguro y comprometido con la integridad física y la salud individual.

Este criterio se extiende también a los bienes y servicios producidos por las empresas agrupadas en su giro mercantil propio.

» Relación con Administraciones Públicas y Reguladores.

Las políticas de este epígrafe se orientan tanto al cumplimiento de estándares normativos generales y particulares de cada ámbito especializado de actividad de los miembros de la Agrupación, como a la proscripción de conductas relacionadas con las diferentes formas de corrupción relacionadas con personas de responsabilidad o función públicas.

» Competencia leal.

Se evitará cualquier práctica competitiva que pueda dañar la reputación de cada una de las profesiones implicadas en el giro de cada empresa agrupada.

Así mismo se fomentará competir de forma honesta y leal, según las reglas que marca el mercado, la libre competencia y la libertad de empresa; pero también hacer entender y poner en práctica los mecanismos que identifiquen que la reputación de cada agrupada está ligada a la reputación y dignidad de cada una de las profesiones implicadas en la producción y, en general, a la de sus competidores, evitando por completo menoscabar o dañar el crédito, imagen o prestigio de estos.

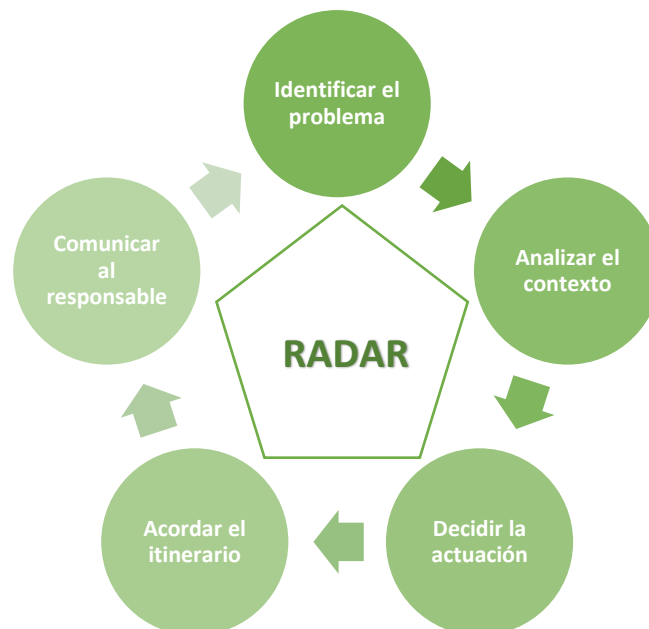
3. CÓDIGO DE CONDUCTA

El Código de Conducta es el compendio de principios inspiradores que, con respeto a las políticas del anterior epígrafe, rigen el desarrollo de cada uno de los objetos sociales de las compañías agrupadas. Así pues, más que una guía de concretas respuestas a unos determinados supuestos de hecho, constituye una referencia a los estándares éticos que han de guiar las decisiones empresariales. Todo ello además, con la premisa básica del respeto a la norma; ya sea esta la contenida en el acervo de políticas concretas, como del ordenamiento jurídico general que aplique a cada empresa, incluido el estamento reglamentario y sectorial.

Respecto del alcance del código ético y su ámbito subjetivo, hay que destacar que el mismo vinculará a cada una de las empresas miembro, a sus órganos de decisión, a sus trabajadores y a sus colaboradores. Por ello, fácilmente se comprende que también tendrá un efecto extensivo a las relaciones externas, de tal suerte que, cada tercero -clientes, proveedores, etc.- que se relacione con las agrupadas, igualmente verá aplicado este código a sus relaciones mercantiles en la medida en que sus estándares regulatorios definirán la buena fe contractual en el desarrollo de los derechos y obligaciones pactados o nacidos de la ley.

En la aplicación del código ético, los conflictos entre el supuesto concreto y la toma de decisión normativamente adecuada pueden superarse mediante la metodología “RADAR”.

De forma esquemática, este método de “ordenación de ideas” o de protocolo para explicitar la forma en que se exterioriza la voluntad empresarial puede definirse como sigue:



A continuación, se detallan algunos de las preguntas y circunstancias que deberían estar presentes en cada una de estas fases:

» Identificación del problema.

- ¿Es coincidente la situación con los valores y políticas de la empresa?.
- ¿Has sido testigo o protagonista de algún comportamiento que entre en conflicto con las políticas de empresa o valores de la misma?.
- ¿No estás seguro de las implicaciones éticas de una toma de decisión concreta?.

» Analizar el contexto.

- ¿Quiénes se ven afectados por el conflicto ético? (Un trabajador, un órgano de decisión, un cliente, un proveedor, etc).
- ¿Cuál es la política o norma ética comprometida en el conflicto?
- ¿Se trata acaso de una vulneración de un estándar legal de general aplicación?.

» Decidir la actuación.

- ¿Qué opciones posibles existen?.
- ¿Cuáles son las consecuencias de cada una de las anteriores opciones?.
- De todas las opciones, ¿cuál de ellas no entra en conflicto ético?.

» Acordar el itinerario.

- Examinar el conjunto de implicados de la actuación.
- Evaluar el coste de medios y recursos.
- Evitar que, en la ejecución de la decisión, no se produzcan sub-conflictos éticos.

» Comunicar al responsable.

- Comunicar la decisión a todos y cada uno de los implicados en el itinerario.
- Garantizar un canal de comunicación en sentido ascendente para la detección de conflictos éticos.
- Evaluar de forma recurrente la eficiencia de ambos canales de comunicación.

4. VALORES ESENCIALES DEL CÓDIGO DE CONDUCTA:

» Cultura de cumplimiento.

Aunque implícitamente se hacía referencia a ello en el apartado dos, el cumplimiento de las normas es la piedra angular en la que se hace descansar el éxito del código de conducta.

Al hacerse referencia a la norma, la misma debe ser entendida tanto en lo referente al Derecho de general aplicación, como a las diferentes políticas implantadas por cada una de las empresas agrupadas.

También se engloba en este concepto amplio de norma, los códigos de deontología profesional; la normativa técnica y las reglas de la buena praxis profesional comúnmente aceptada en cada uno de los sectores implicados en la producción de bienes y servicios.

» Indemnidad de la reputación corporativa.

La conducta individual de cada una de las personas que se relacionan con la Agrupación o sus empresas miembros, debe discurrir por cauces que no menoscaben el buen nombre de aquellas. En este sentido, cada persona se obliga a mantener la debida separación de su comportamiento cuando el mismo entre en conflicto con los estándares éticos de este documento, de manera tal que esa forma de actuar que colisione con los valores éticos no pueda identificarse en modo alguno con la cultura corporativa.

» Reglas de concurrencia.

Todas las personas relacionadas con la Agrupación y sus empresas agrupadas, se abstendrán de competir a título individual y en propio beneficio con aquellas.

Se entenderá por “competir” la de aprovechar para sí la clientela o el “know how” de las empresas miembro o, de cualquier modo, la de beneficiarse de nichos de negocio y oportunidad comercial que pudieran beneficiar a las sociedades agrupadas por razón de su giro típico.

Quedan excluidas de dicha prohibición de concurrencia los proveedores externos y colaboradores ocasionales que, con carácter previo a la contratación con la Agrupación o sus socias, vinieren ya realizando esos servicios o produciendo esos mismos bienes con carácter habitual y definitorio de su ciclo de operaciones típico. Y ello, siempre que dicha facultad no estuviese expresamente prohibida en la relación comercial suscrita.

» Información sensible y deber de sigilo.

En el desempeño profesional y empresarial de las sociedades agrupadas, se produce un estrecho contacto con información sensible que tanto se refiere a datos personales de particulares o terceras empresas, como al conocimiento de técnicas y métodos de trabajo que constituyen un bien inmaterial respaldado por altos costes de investigación y desarrollo.

Todo contacto con la citada información debe ser tratada bajo el compromiso de no hacerla pública o usarla en beneficio propio o en detrimento de sus legítimos titulares. La confidencialidad de tales datos e informaciones será por tanto un principio inspirador de la conducta empresarial o profesional.

5. ENTRADA EN VIGOR DEL CÓDIGO

Este documento entrará en vigor desde el mismo momento de su publicación en la web de Arnaiz 4.0 AIE y vinculará a las empresas agrupadas por haberlo así acordado todas ellas con carácter anterior al acto de publicidad formal.

Madrid, diciembre de 2021