



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es

CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS



CÓDIGO DE CONDUCTA
Y BUENAS PRÁCTICAS
Diciembre 2015

Índice

CARTA DE PRESENTACIÓN

CAPÍTULO I: OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1. Objeto

Artículo 2. Valores

Artículo 3. Ámbito de aplicación

CAPÍTULO II: PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS

SECCIÓN 1.ª PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 4. Legalidad y comportamiento ético

Artículo 5. No competencia

Artículo 6. Responsabilidad

Artículo 7. Prevención de riesgos laborales

SECCIÓN 2ª PRINCIPIOS ETICOS GENERALES

Artículo 8. Igualdad de oportunidades y no discriminación

Artículo 9. Respeto a las personas

Artículo 10. Conciliación del trabajo y vida personal

Artículo 11. Protección del medio ambiente y políticas de responsabilidad social y ambiental

Artículo 12. Derechos colectivos

SECCIÓN 3.ª PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA DE LA ACTIVIDAD

Artículo 13. Transparencia

Artículo 14. Atención al Cliente

Artículo 15. Identificación personal

Artículo 16. Publicidad

Artículo 17. Sugerencias y reclamaciones

SECCIÓN 4.ª PRINCIPIOS PROCEDIMENTALES

Artículo 18. Protección de datos

Artículo 19. Contestación a escritos

Artículo 20. Contrataciones públicas

Artículo 21. Convenios de colaboración

Artículo 22. Gestión indirecta de servicios

CAPÍTULO III: PRINCIPIOS DE CONDUCTA DE LOS EMPLEADOS

Artículo 23. Deberes de los empleados

Artículo 24. Principios éticos

Artículo 25. Principios de conducta

CAPÍTULO IV: CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS

Artículo 26. Seguimiento y cumplimiento del Código

CAPÍTULO V: CONSIDERACIONES FINALES

Artículo 27. Acceso público y difusión

Artículo 28. Desarrollo

Artículo 29. Eficacia

CARTA PRESENTACIÓN

Este Código es una reflexión conjunta y voluntaria de nuestra organización y a través del mismo, reflejamos los valores y compromisos alcanzados con nuestra experiencia y soportamos y guiamos la actividad de las personas por él afectadas.

Es un proceso mediante el cual, de forma dialogada y participativa, se pretende concienciar de la responsabilidad de su gestión a todos los miembros de nuestra Empresa. En resumen, es un manifiesto de los valores y conductas que deben guiar a los miembros de la organización y ayudar a la correcta toma de decisiones.

El Código presenta una descripción general de las políticas, principios, objetivos y valores de Mercagranada, S.A., que consideramos necesarios y determinantes para el éxito global de la organización, así como para fortalecer su presencia en la sociedad.

Mercagranada, S.A. trabaja con el objetivo de ser reconocida y valorada como una empresa que contribuye a mantener y mejorar la oferta y las estructuras de los canales de distribución, así como la logística, de los productos alimenticios perecederos en Granada y su área de influencia. Fomentamos la transparencia,

competencia y eficiencia de los mercados en beneficio del consumidor, mediante la inversión en infraestructuras, alianzas con nuestros proveedores y la prestación de servicios de calidad para nuestros clientes, con una gestión excelente, orientada a la rentabilidad económica esperada por nuestros accionistas, a la responsabilidad social empresarial corporativa, con un equipo humano comprometido y satisfecho.

El Código de Conducta y Buenas Prácticas es una parte del conjunto de normas propias que definen, de forma pública y estructurada, la cultura social y corporativa de nuestra Organización, con la finalidad de hacer visibles esos valores, reforzando nuestra identidad y compromiso con las pautas de conducta. No podemos olvidar la existencia de una cultura compartida, con proyección de futuro y cimentada en los valores comunes, de manera que potencien las competencias y virtudes contribuyendo a crear valor para nuestros accionistas y Grupos de Interés.

Adolfo Orti García-Vicente

Director Gerente de
Mercagranada, S.A.

CAPÍTULO 1

OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS
Mercagranada S.A.

OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

ARTÍCULO 1: OBJETO

El Código de Conducta y Buenas Prácticas (en lo sucesivo, "Código") tiene por objeto definir los principios, criterios e instrumentos que permitan incrementar los niveles de transparencia en la gestión, así como el comportamiento ético de los trabajadores, respetando nuestro lugar de trabajo, integridad en nuestro mercado, ética en nuestras relaciones comerciales, mejorando el medioambiente, responsabilidad antes nuestros accionistas mejorando las relaciones de confianza entre Mercagranada y sus Grupos de Interés (en adelante "GI") asumiendo un compromiso con los valores fundamentales de la empresa.

ARTÍCULO 2: VALORES

- **Compromiso de servicio público con calidad y eficiencia** mejorando los niveles de eficacia, calidad y eficiencia, trabajando con un sistema de calidad de la gestión que facilite la transparencia y que garantice la accesibilidad a la información creando canales para animar y hacer partícipes a todos los Grupos de Interés.
- **Responsabilidad social y medioambiental** que deberá de convertirse en pieza fundamental de una gestión eficiente como consecuencia de una excelencia en la gestión a través de las mejoras en infraestructuras e innovaciones tecnológicas.
- **Creatividad e innovación**, son elementos fundamentales de éxito en la empresa e indispensables para su supervivencia, permitiéndonos asegurar una posición competitiva en el mercado haciendo frente a los constantes cambios, nuevos productos o servicios, y que implementadas en todas las áreas desarrollan procesos más eficientes diseñando nuevas estrategias.

- **Orientación, atención y respeto al cliente** consiste en llevar a cabo todas las actuaciones necesarias para dirigir, coordinar y controlar el centro de acuerdo a los Reglamentos de Funcionamiento y Prestación de Servicios, y a las directrices internas, para lograr su correcto funcionamiento y la satisfacción del cliente, a través de buena atención, gestión de incidencias, gestión de reclamaciones y sugerencias y la mejora de los servicios prestados.

- **Superación, evolución y mejora constante en las personas de la organización**, a través de una excelente gestión de los Recursos Humanos, encaminados a una mejora de las condiciones laborales, a la obtención de un alto nivel de formación y un buen clima y satisfacción de las personas que componen la organización.

- **Comportamiento ético en las relaciones profesionales**, como consecuencia de la implementación del Código de Conducta y Buenas Prácticas.

- **Trabajo en equipo**, compartiendo los valores, actitudes y normas de conducta comunes, desarrollando la habilidad de trabajar juntos hacia una visión común y con capacidad de estar dispuestos a dar y recibir.

- **Compromiso con los valores fundamentales de la empresa**, con respeto a los intereses de los GI, y apuesta real hacia nuestros clientes, como forma de entender nuestro servicio.

ARTÍCULO 3: ÁMBITO DE APLICACIÓN

1. Todo el personal de Mercagranada.

2. Aquellas entidades que contraten o subcontraten servicios de titularidad de Mercagranada, S.A. someterán su actuación a los principios recogidos en este Código, en aquello que les resulte de aplicación.

CAPÍTULO 2

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS

CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS
Mercagranada S.A.

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS

PRINCIPIOS GENERALES

ARTÍCULO 4: LEGALIDAD Y COMPORTAMIENTO ÉTICO

1. Mercagranada, S.A. actuará en todo momento con sometimiento pleno a la ley y al Derecho, y aplicará las normas y procedimientos establecidos en la normativa.

En particular, velará porque los actos administrativos que puedan afectar a los derechos e intereses legítimos de los GI se basen en la ley y no sean contrarios al ordenamiento jurídico, manteniendo un comportamiento ético en las relaciones profesionales.

2. Las potestades administrativas se ejercerán únicamente con la finalidad para las que han sido otorgadas por las disposiciones pertinentes. En particular, Mercagranada, S.A. evitará utilizar dichas potestades para objetivos que no posean fundamento legal o que no estén motivados por un interés público.

ARTÍCULO 5: NO COMPETENCIA

Los trabajadores de Mercagranada, S.A deberán dar prioridad al ejercicio de sus funciones en la Empresa y no podrán prestar servicios profesionales a otras entidades o empresas competidoras, retribuidos o no, y cualquiera que sea la

relación en que se basen, salvo autorización expresa de la Dirección Gerencia, previo informe favorable de compatibilidad del departamento de Recursos Humanos.

ARTÍCULO 6: RESPONSABILIDAD

El personal de Mercagranada, S.A. empleará su capacidad técnica y profesional, la prudencia y el cuidado adecuado en el desempeño de su actividad, en alcanzar la capacitación necesaria para el mejor desempeño de sus funciones, compartiendo los valores, actitudes y normas de conducta comunes, siendo responsables social y medioambientalmente, desarrollando la habilidad de trabajar en equipo, con capacidad de estar dispuesto a dar y a recibir.

ARTÍCULO 7: PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Mercagranada, S.A. está comprometida con la seguridad y salud laboral de sus trabajadores logrando con ello un entorno de trabajo confortable y seguro, siendo un objetivo prioritario la mejora permanente de las condiciones de trabajo.

Este compromiso se hace extensivo hacia todas las empresas instaladas en la Unidad realizando un seguimiento de la prevención a través de la Coordinación Empresarial en Actividades Preventivas de acuerdo con lo establecido en la legislación aplicable.

Por ello, se respetarán en todo momento las medidas preventivas aplicables en materia de seguridad y salud laboral, utilizando los recursos establecidos por la organización y asegurando que los miembros de sus equipos realizan sus actividades en condiciones de seguridad.

PRINCIPIOS ÉTICOS GENERALES

ARTÍCULO 8: IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

Principio básico por el que se deberá proporcionar las mismas oportunidades en el acceso al trabajo y a la promoción profesional, asegurando en todo momento la ausencia de situaciones de discriminación por razón de sexo u orientación sexual, raza, religión, origen, estado civil o condición social.

En consecuencia, los Sujetos del Código que intervengan en procesos de contratación, selección y/o promoción profesional se guiarán con objetividad en sus actuaciones y decisiones, con actitud abierta a la diversidad y con el objetivo de identificar aquellas personas más acordes con el perfil y necesidades del puesto a cubrir, promoviendo en todo momento la igualdad de oportunidades.

ARTÍCULO 9: RESPETO A LAS PERSONAS

Mediante una excelente gestión de los Recursos Humanos encaminados a una mejora de las condiciones laborales y a la obtención de un alto nivel de formación y un buen clima y satisfacción de las personas que componen la organización.

El acoso, el abuso, la intimidación, la falta de respeto y consideración o cualquier tipo de agresión física o verbal, son inaceptables y no se permitirán ni tolerarán en el trabajo, asegurándose, con los medios al alcance, que dichas situaciones no se produzcan.

Todos los trabajadores y especialmente quienes desempeñen funciones de dirección, promoverán en todo momento y en todos los niveles profesionales, unas relaciones basadas en el respeto por la dignidad de los demás, la participación, la equidad y la colaboración recíproca, propiciando un ambiente laboral respetuoso a fin de lograr un clima de trabajo positivo.

ARTÍCULO 10: CONCILIACIÓN DEL TRABAJO Y VIDA PERSONAL

Compromiso asumido por Mercagranada, S.A. para mejorar la calidad de vida de los empleados y de sus familias, promoviendo un ambiente de trabajo compatible con el desarrollo personal, ayudando a las personas a conciliar, de la mejor manera posible, la vida personal y familiar.

ARTÍCULO 11: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

Todas las personas sujetas al código, en el ámbito de sus competencias, han de comprometerse activa y responsablemente con la conservación del medio ambiente, respetando las exigencias legales, siguiendo las recomendaciones y procedimientos establecidos por Mercagranada, S.A. para reducir el impacto medioambiental de sus actividades y contribuir a mejorar los objetivos de sostenibilidad contemplados en nuestros protocolos de responsabilidad social empresarial, debiéndose convertirse en pieza fundamental de una gestión eficiente como consecuencia de una excelencia en la gestión a través de las mejoras en infraestructuras e innovaciones tecnológicas.

ARTÍCULO 12: DERECHOS COLECTIVOS

Se respetarán los derechos de sindicación, asociación y de negociación colectiva reconocidos por las leyes, así como las actividades que se lleven a cabo por las organizaciones representativas de los trabajadores, de acuerdo con las funciones y competencias que tengan legalmente atribuidas, con quienes se mantendrá una relación basada en el respeto mutuo en aras de promover un diálogo abierto, transparente y constructivo que permita consolidar los objetivos de paz social y estabilidad laboral.



PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA DE LA ACTIVIDAD

ARTÍCULO 13: TRANSPARENCIA

Mercagranada, S.A. actuará en sus relaciones con los GI, en beneficio de sus intereses y del bien común, sin otros límites que los impuestos por el respeto de los derechos fundamentales y las leyes, mejorando los niveles de eficacia y eficiencia, trabajando con un sistema de calidad de la gestión que facilite la transparencia y que garantice la accesibilidad a la información con canales para animar y hacer partícipes a los usuarios.

ARTÍCULO 14: ATENCIÓN AL CLIENTE

1. La atención al cliente, entendiendo como tales a los clientes directos, (existencia de relación contractual) e indirectos (no existencia de relación contractual), es un servicio básico que garantiza Mercagranada, S.A. Tiene como finalidad mejorar la comunicación y facilitar el ejercicio de los derechos, el cumplimiento de las obligaciones y el acceso a los servicios, para lograr su correcto funcionamiento y la satisfacción del cliente, a través de buena atención, gestión de incidencias, gestión de reclamaciones y sugerencias y la mejora de los servicios prestados.

2. Mediante este servicio Mercagranada, S.A. dispone de instrumentos de información general sobre los servicios que presta, su estructura orgánica y funcional. Las solicitudes de información general deberán ser resueltas en un plazo no superior a 48 horas.

3. Se podrá obtener la misma información por cualquiera de los canales de atención al cliente, ya sea presencialmente, por escrito, telefónicamente o por cualquier medio electrónico, siempre respetando lo establecido en la legislación sobre protección de datos.

ARTÍCULO 15: IDENTIFICACIÓN PERSONAL

1. En aquellos puestos de trabajo cuya actividad principal sea la atención directa al cliente, la identificación de los empleados se realizará por los siguientes medios:

a) Rótulo de despacho: En los despachos de uso individual se colocará en la

entrada un rótulo identificativo con el nombre y apellidos del empleado que lo ocupa y el cargo o puesto de trabajo que desempeña; igualmente, en el caso de despachos de utilización común, figurará en el rótulo de despacho la relación de los nombres y apellidos del personal que lo ocupa y el cargo o puesto de trabajo que desempeñan.

b) Rótulo de mesa: En aquellas unidades en las que exista una relación verbal directa con el cliente, además del rótulo de despacho, en el caso de que exista, deberá colocarse un rótulo en cada mesa identificando de forma individual el nombre y apellidos del empleado que la ocupa y el puesto de trabajo o la función más significativa que desempeñe.

c) Distintivo personal: En el supuesto de que existiendo relación verbal directa con el cliente y no haya posibilidad alguna de situar el rótulo de mesa individualizado, la identificación del empleado se realizará mediante un distintivo personal que, prendido en su ropa, reflejará su nombre, apellidos y la actividad o puesto que desempeñe, de tal forma que el cliente pueda leerlo desde una distancia prudencial.

d) Identificación telefónica: Al responder al teléfono, el empleado identificará el área a la que pertenezca y, cuando le sea solicitado por el ciudadano, se identificará por su nombre o conforme a las reglas de seguridad que estén establecidas.

2. La tarjeta corporativa de identificación personal será el medio común de identificación del personal al servicio de Mercagranada, S.A., en su actividad profesional. Dicha tarjeta tendrá carácter personal e intransferible y servirá igualmente el seguimiento del cumplimiento horario. Es obligación de todos los empleados cuidar con diligencia esta tarjeta y notificar cualquier pérdida, sustracción o deterioro.

ARTÍCULO 16: PUBLICIDAD

1. El sitio Web de Mercagranada, S.A. contendrá la información sobre los programas y sus objetivos, y las formas de participación contempladas en el apartado 1 de este artículo, que también podrá obtenerse a través del resto de canales establecidos para la atención al cliente.

2. Se promoverán fórmulas para que las personas, individualmente o por medio de las organizaciones y asociaciones reconocidas por la ley que las agrupen o representen, puedan participar en el diseño y elaboración de estos programas en los términos en que se determine legalmente.

ARTÍCULO 17: SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES

1. Mercagranada, S.A. garantiza a través de distintos medios y fundamentalmente del “botón de transparencia” incluido en su sitio Web la puesta a disposición de los clientes, de un sistema de sugerencias y reclamaciones a través del cual cualquier interesado puede ejercer su derecho a presentar sugerencias relativas a la creación, ampliación o mejora de los servicios prestados y reclamaciones por tardanzas, desatenciones, incidencias o cualquier otra anomalía en su funcionamiento. Además, se dispone de las reglamentarias hojas de reclamaciones establecidas, por la Junta de Andalucía, para los usuarios de la Unidad.

2. Los criterios de calidad que han de regir en las contestaciones a las sugerencias y reclamaciones serán:

- a)** Personalización de la respuesta, evitando las cartas tipo.
- b)** Respuesta ajustada a lo planteado en la sugerencia o reclamación. Deberá hacerse referencia a los informes internos recabados para formular la contestación y a su contenido en el caso en que dichos informes sean determinantes.
- c)** Análisis y aclaración de los hechos.
- d)** Omisión de términos técnicos, precisándose su significado cuando su empleo sea necesario.
- e)** Contestación rápida, procurando que se lleve a cabo dentro de los quince días hábiles siguientes a la recepción. Dicho plazo no podrá ser superior, en ningún caso, a tres meses.

3. Analizadas las reclamaciones planteadas por el órgano competente en la materia, los distintos departamentos redactarán, anualmente, un programa de mejora que verse sobre las materias, acciones o comportamientos objeto de las reclamaciones presentadas.

PRINCIPIOS PROCEDIMENTALES

ARTÍCULO 18: PROTECCIÓN DE DATOS

1. Todas los departamentos que procedan a recabar, registrar y utilizar datos personales deberán cumplir los mandatos contenidos en la legislación de protección de datos personales, en especial, en lo que se refiere a la creación de los ficheros automatizados o manuales que les den soporte, al tratamiento de la información contenida en ellos, a su libre circulación, así como a su confidencialidad.

2. Están establecidas las principales funciones y obligaciones que el personal debe observar y cumplir en el acceso a los datos personales incluidos en todos los sistemas de información, obligaciones a las que se dará la máxima difusión para su conocimiento y que se actualizarán periódicamente.

ARTÍCULO 19: CONTESTACIÓN A ESCRITOS

1. No se adoptarán medidas indeterminadas e inconcretas o que no contengan un razonamiento aplicable al caso, utilizando un lenguaje comprensible para el ciudadano y explicando los términos o expresiones técnicas, reduciendo su uso a lo estrictamente necesario.

2. Se notificará por escrito todo acto que afecte a los derechos o intereses legítimos de los GI, en papel o mediante las formas de notificación electrónica que estén habilitadas y a las que haya prestado su conformidad.

3. Mercagranada, S.A. adoptara las medidas oportunas para que todo escrito se conteste en forma y en un plazo razonable, sin indebidas dilaciones y, en cualquier caso, antes de transcurrido el período que establezca la normativa aplicable.

ARTÍCULO 20: CONTRATACIONES PÚBLICAS

1. Los órganos de contratación correspondientes darán a los operadores económicos un tratamiento igualitario y no discriminatorio y actuarán con transparencia, garantizando la libertad de acceso a las licitaciones.

2. En los procedimientos de contratación en que, de conformidad con la normativa

de contratos públicos, sea preceptivo, los órganos de contratación difundirán a través del Perfil de Contratante, la publicación de anuncios de licitación, en la que se incluirán los datos fundamentales del contrato y de la licitación.

3. El órgano de contratación no podrán divulgar la información facilitada por los empresarios que estos hayan designado como confidencial. A su vez, el órgano de contratación adoptará las medidas necesarias para que en la tramitación de los expedientes de contratación se extremen las cautelas en cuanto a la custodia y archivo de la referida documentación al objeto de garantizar debidamente su confidencialidad.

Asimismo, no será publicada aquella información relativa a la adjudicación del contrato en caso de que su divulgación constituya un obstáculo para aplicar la legislación, sea contraria al interés público o perjudique los intereses comerciales legítimos de los operadores económicos públicos o privados, o pueda perjudicar la competencia leal entre ellos, debiendo motivarse la concurrencia de estas circunstancias en cada caso.

4. En los contratos adjudicados por procedimiento abierto o restringido en los que se tengan en cuenta un conjunto diverso de criterios, se definirán criterios económicos y cualitativos que en su conjunto deben permitir determinar la oferta más ventajosa. La determinación de esos criterios dependerá del objeto del contrato, de modo que los mismos permitan evaluar el nivel de rendimiento de cada oferta respecto del objeto del contrato tal como se define en las especificaciones técnicas, así como evaluar la relación calidad/precio de la oferta.

5. Se detallarán en los pliegos de cláusulas administrativas los diferentes mecanismos de control y vigilancia que se reserva el órgano de contratación para ejercer la supervisión de la ejecución del contrato que garantice su correcto cumplimiento, definiendo el sistema de penalizaciones como medida para conseguir o restablecer el cumplimiento y la correcta ejecución del contrato, cuando el contratista incurra en actos u omisiones que dificulten o impidan su normal desarrollo.

Se incorporarán los pliegos de cláusulas administrativas particulares, los pliegos de prescripciones técnicas y toda aquella documentación complementaria que resulte de interés para los licitadores.

Asimismo se publicarán en el Perfil de Contratante las adjudicaciones provisionales y definitivas de los contratos, o los puntos de contacto y medios de comunicación para relacionarse con el órgano de contratación.

La información que han de contener los anuncios de información previa de los contratos, los de licitación y los de publicidad de la adjudicación provisional y la definitiva que se publiquen en el Perfil de Contratante de Mercagranada, S.A., deben ajustarse a los requisitos previstos en la normativa vigente en materia de contratación administrativa.

Los órganos de contratación podrán publicar en el Perfil de Contratante toda aquella información que resulte relevante en relación con su actividad contractual y que facilite el acceso público a las licitaciones contribuyendo a reforzar la transparencia en la contratación.

ARTÍCULO 21: CONVENIOS DE COLABORACIÓN

1. Se mantendrá un registro informatizado de convenios en el que figuren todos los convenios de colaboración.

2. Los adjudicatarios que gestionen servicios de Mercagranada, S.A. deberán regirse en su actuación por el principio de transparencia en la gestión y se comprometerán por escrito al cumplimiento del presente código de conducta y buenas prácticas.

ARTÍCULO 22: GESTIÓN INDIRECTA DE SERVICIOS

Los adjudicatarios que gestionen servicios de Mercagranada, S.A. deberán regirse en su actuación por el principio de transparencia en la gestión, sometiendo su actuación a los principios recogidos en este Código, en aquello que les resulte de aplicación.

CAPÍTULO 3

PRINCIPIOS DE CONDUCTA DE LOS EMPLEADOS

CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS
Mercagranada S.A.

PRINCIPIOS DE CONDUCTA DE LOS EMPLEADOS

ARTÍCULO 23: DEBERES DE LOS EMPLEADOS

Los empleados deberán desempeñar con diligencia las tareas que tengan asignadas y velar por los intereses generales con sujeción y observancia de la Constitución y del resto del ordenamiento jurídico.

Asimismo, deberán actuar con arreglo a los siguientes principios: objetividad, integridad, neutralidad, responsabilidad, imparcialidad, confidencialidad, dedicación al servicio, transparencia, ejemplaridad, moderación, accesibilidad, eficacia, honradez, promoción del entorno cultural y medioambiental, y respeto a la igualdad entre mujeres y hombres.

Los principios y reglas establecidos en este Capítulo informarán la interpretación y aplicación del régimen disciplinario de los empleados.

ARTÍCULO 24: PRINCIPIOS ÉTICOS

Los empleados de Mercagranada, S.A. deberán respetar los siguientes principios éticos:

1. Respetarán la Constitución y el resto de normas que integran el ordenamiento jurídico.

2. Su actuación perseguirá la satisfacción de los intereses generales de los GI y se fundamentará en consideraciones objetivas orientadas hacia la imparcialidad y el interés común, al margen de cualquier otro factor que exprese posiciones personales, familiares, corporativas, clientelares o cualesquiera otras que puedan colisionar con este principio.

3. Ajustarán su actuación a los principios de lealtad y buena fe con sus superiores, compañeros, subordinados y clientes.

4. Su conducta se basará en el respeto de los derechos fundamentales y libertades públicas, evitando toda actuación que pueda producir discriminación alguna por razón de nacimiento, origen racial o étnico, género, sexo, orientación sexual, religión o convicciones, opinión, discapacidad, edad o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

5. Se abstendrán en aquellos asuntos en los que tengan un interés personal, así como de toda actividad privada o interés que pueda suponer un riesgo de plantear conflictos de intereses con su puesto.

6. No contraerán obligaciones económicas ni intervendrán en operaciones financieras, obligaciones patrimoniales o negocios jurídicos con personas o entidades cuando pueda suponer un conflicto de intereses con las obligaciones de su puesto.

7. No aceptarán ningún trato de favor o situación que implique privilegio o ventaja injustificada, por parte de personas físicas o entidades privadas.

8. Actuarán de acuerdo con los principios de eficacia, economía y eficiencia, y vigilarán la consecución del interés general y el cumplimiento de los objetivos de la organización.

9. Cumplirán con diligencia las tareas que les correspondan o se les encomienden y, en su caso, resolverán dentro de plazo.

10. Ejercerán sus atribuciones absteniéndose no sólo de conductas contrarias al mismo, sino también de cualesquiera otras que comprometan la neutralidad en el ejercicio de los servicios.

11. Guardarán secreto de las materias clasificadas u otras cuya difusión esté prohibida legalmente, y mantendrán la debida discreción sobre aquellos asuntos que conozcan por razón de su cargo, sin que puedan hacer uso de la información obtenida para beneficio propio o de terceros, o en perjuicio del interés público.

ARTÍCULO 25: PRINCIPIOS DE CONDUCTA

Deberán observar los siguientes principios de conducta:

1. Tratarán con atención y respeto a sus superiores, clientes y restantes empleados.

2. El desempeño de las tareas correspondientes a su puesto de trabajo se realizará de forma diligente y cumpliendo la jornada y el horario establecidos.

3. Obedecerán las instrucciones y órdenes profesionales de los superiores, salvo que constituyan una infracción manifiesta del ordenamiento jurídico, en cuyo caso las pondrán inmediatamente en conocimiento de los órganos correspondientes.

4. Informarán a los clientes sobre aquellas materias o asuntos que tengan derecho a conocer, y facilitarán el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones.

5. Administrarán los recursos y bienes de la empresa con austeridad, y no los utilizarán en provecho propio o de personas allegadas. Tendrán, asimismo, el deber de velar por su conservación.

6. Se rechazará cualquier regalo, favor o servicio en condiciones ventajosas que vaya más allá de los usos habituales, sociales y de cortesía, sin perjuicio de lo establecido en el Código Penal.

7. Mantendrán actualizada su formación y cualificación.

8. Observarán las normas sobre seguridad y salud laboral.

9. Pondrán en conocimiento de sus superiores las propuestas que consideren adecuadas para mejorar el desarrollo de las funciones del departamento en la que estén destinados.

CAPÍTULO 4

CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS

CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS

ARTÍCULO 26: SEGUIMIENTO Y CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

1. Se establecerá por Recursos Humanos los oportunos mecanismos de control que tengan por objeto detectar el grado de cumplimiento de los principios, criterios e instrumentos previstos en el presente Código.
2. El Plan de Formación de Mercagranada, S.A. concretará, anualmente, el conjunto de acciones formativas y otras iniciativas que atiendan a la divulgación y el conocimiento del conjunto de principios e instrumentos previstos en el presente Código.
3. Mercagranada, S.A. promoverá las actuaciones necesarias para que el sistema de evaluación del desempeño establecido, incluya, dentro de la valoración de la conducta profesional del empleado, criterios que permitan la observancia de los deberes y principios determinados en este Código.

CAPÍTULO 5

CONSIDERACIONES FINALES

CONSIDERACIONES FINALES

ARTÍCULO 27: ACCESO PÚBLICO Y DIFUSIÓN

Se adoptarán las medidas necesarias para garantizar que este Código reciba amplia difusión. En concreto, se garantiza su publicidad, entre otros medios, a través del sitio Web.

ARTÍCULO 28: DESARROLLO


El Gerente de Mercagranada, S.A. junto con el área de RR,HH. desarrollará cuantas medidas sean necesarias para llevar a efecto lo dispuesto en el presente Código, así como para resolver las dudas que puedan surgir en su interpretación y aplicación.


ARTÍCULO 29: EFICACIA

Las medidas incluidas en el presente Código, surtirán efectos desde la fecha de su publicación. No obstante, la efectiva implantación de aquellas medidas que requieran para su desarrollo de medios técnicos, organizativos o medios tecnológicos adicionales se realizarán conforme a las disponibilidades presupuestarias, así como para resolver las dudas que puedan surgir en su interpretación y aplicación.



MERCAGRANADA
www.mercagránada.es

 /MercagránadaSA

 @MercagránadaSA

Carretera Badajoz-Granada, Km. 436. 18015 Granada
Teléfonos: 958 276 300 / 958 203 531. Fax: 958 276 208
Email: info@mercagránada.es