

Pioneros en el sector de la herbodietética

# El código deontológico del Grupo Castañeda

**El Grupo Castañeda ha elaborado un código deontológico, el primero que se publica, en el que explica con todo detalle la línea y filosofía del grupo, en la que destaca su ética y humanidad. A continuación publicamos el texto íntegro del mencionado código**

Nuestra misión es llevar salud y calidad de vida al consumidor mediante productos naturales a través de los mejores establecimientos especializados del país, y basándonos en la difusión tanto de conocimientos como de productos con el apoyo de los servicios logísticos apropiados para tal fin.

Somos parte de la cadena y por tanto, compartimos con nuestro cliente la responsabilidad del servicio que da a sus consumidores. Asumimos esa responsabilidad y la convertimos en un compromiso, para cuyo cumplimiento apelamos a la ética empresarial; un bien escaso que nos proyecta en un futuro duradero.

## Presentación

Nuestra sociedad que se encuentra en una incesante transformación necesita una constante revisión de los

principios, valores y códigos éticos. El GC, desde la humildad de quien busca hacer las cosas de la mejor manera posible, da un gran paso con la formulación de su propio código deontológico. Este es un terreno que con el tiempo, genera orgullo en las empresas, y en última instancia, también enorgullece a las personas, al fin y al cabo las empresas las forman las personas. Porque hacer las cosas bien, siempre es reconfortante.

Por todos es sabido, que la empresa tiene como fin último la generación de beneficio; y es lógico, pues será este beneficio el que permita una reinversión que dará continuidad de la actividad. Sin embargo, en nuestro escenario, y teniendo como origen de nuestro código nuestra misión, nuestro grupo de empresas no puede, ni debe preocuparse únicamente de conseguir

incrementar las ventas o la utilidad, y convertirse en un instrumento frío, que en el mejor de los casos gana dinero. El GC es un conglomerado de empresas con base familiar al que le preocupa su entorno: el medio ambiente, la satisfacción del cliente, la creación de empleo de calidad, la calidad de vida del consumidor, el Estado y la sociedad civil en su totalidad...pero además, el GC es sensible para afrontar una demanda social y ética. De esta manera, desde nuestras empresas (Savidiet, Bionatur y Naturíder) mejoramos las condiciones para cumplir nuestras metas empresariales y al mismo tiempo, estamos abonando el terreno que de lugar a una fructífera cosecha de los mejores valores éticos y morales, de modo que se conviertan en el fundamento para la toma de decisiones acertadas.

## El nacimiento de nuestro código deontológico

Nuestros padres, los fundadores de nuestra misión, luchaban por compartir con los demás un estilo de vida cuyo beneficio inmediato era la salud y la calidad de vida. En sus tiempos, la palabra entre caballeros era el contrato más frecuente. Ha pasado tiempo y el mundo ha cambiado. La segunda generación de la familia Castañeda, quiere adaptarse a este entorno tan complejo y lo hace mediante una inquietud que deciden llevar a término: la búsqueda de la excelencia. Para ello, se debe incrementar cada día el nivel de autoexigencia y de exigencia, lo cual nos lleva a la implantación de

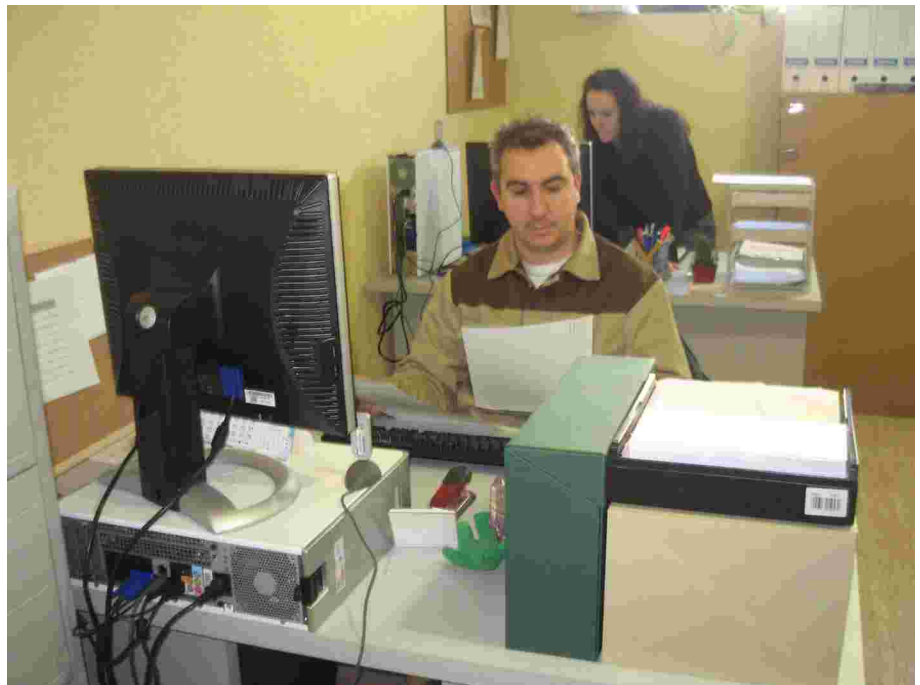


conceptos como la estandarización o el de la calidad total, que requieren de procedimientos, mapas de tareas o contratos; en definitiva, nuevas formas de trabajar que mejoran la comunicación, ahorran tiempo... Por esta razón, queremos alentar a nuestros proveedores y clientes, para que se unan a este apasionante proyecto en pos de un futuro más profesional que dará como fruto la expansión y el crecimiento del sector.

En nuestros primeros pasos, tenemos que agradecer sus aportaciones a los departamentos de Atención al Cliente, Ventas y al de Calidad, que por un lado nos han transmitido sugerencias bien intencionadas de nuestros clientes y por el otro han incorporado la mejora continúa en cada uno de los procesos internos y externos del grupo. Con esta creación de principios básicos de calidad, queremos asegurarnos que se satisfará a nuestro cliente más exigente. Y éste, a su vez será recompensado por la suma de esfuerzos continuos (desde el fabricante al consumidor).

Una vez conseguimos institucionalizar la mejora continua, queremos dar un paso más allá. Queremos crear un manual de comportamiento que nos sirva de guía, será la luz que ilumine nuestro camino, el de cuidar a los demás, y para ello, tenemos que ir a la fuente; la ética. Por ello, nos decidimos y nos pusimos a trabajar en la creación del código deontológico, un código que defina la esencia de lo que somos, de nuestra razón de ser, que abarque desde la idea de nuestros padres, hasta un futuro muy lejano. Para ello, comenzaremos desde el principio. **¿Qué hacemos?** El GC es un conjunto de empresas profesionales del sector de la salud que contribuye a la mejora de la calidad de vida, la prevención de estados carenciales de salud y al buen uso de la medicina natural.

Por tanto, (**primer principio o principio original**) la actitud del Grupo Cas-



tañeda en su ejercicio profesional deberá identificarse con la búsqueda de la excelencia en la práctica individual, que tiene como objetivo alcanzar los valores éticos y profesionales que exceden al cumplimiento de las normas legales vigentes.

## **GC promueve planes de incentivos laborales, sociales y económicos para fomentar la lealtad de los empleados hacia la empresa**

### **¿Por qué creamos un código ético?**

Como anticipábamos antes, el presente código ético, hace públicos nuestros principios básicos, nuestras responsabilidades y sus relaciones con nuestros clientes y otros agentes sociales.

Con este documento queremos colaborar en la construcción participativa de una cultura ética, ya que estaremos contribuyendo al desarrollo económico con justicia social, garantizando la prestación de bienes y servicios de la mejor calidad, que otorga a los consumidores y usuarios la información suficiente y adecuada que les permita hacer efectivos sus derechos, en especial el de libre elección, cumpliendo

con las condiciones de calidad e idoneidad de bienes y servicios.

En el Grupo Castañeda consideramos que es necesaria una conducta ética por 2 razones:

#### **1. Por filosofía empresarial o moral.**

Es una herramienta más para la consecución de la cruzada o misión que iniciaron nuestros padres, es decir, del bien común de la sociedad española. Simplemente, estos principios éticos empresariales nos permiten acercarnos a la armonía de las relaciones de la empresa con el resto de la sociedad.

#### **2. Desde el punto de vista práctico,**

una empresa ética tiene más aceptación entre los clientes y los agentes sociales (pues resulta más sencillo confiar en ella) que otra que no lo es. Esta realidad permite un crecimiento más sostenido.

Es importante recordar que la Ética no debe ser impuesta por medio de la coerción, sino por medio de la persuasión y el convencimiento. Reconocer que la ética debe de ser integral de todos los actores de un entorno e impulsar códigos, de manera simultánea con los protagonistas con los que interactúan las empresas.



### 1. LOS VALORES DEL GC

Los valores humanos son esenciales para crear un ambiente ético, y estos deben prevalecer en nuestras actitudes, para saber enfatizar la honestidad, el valor de la palabra y el ejemplo de los empresarios y su equipo directivo.

#### 1. El respeto a la dignidad humana.

Es el valor primario y universal con muchas consecuencias. Ubicarlo como primer valor no es sólo una necesidad lógica, sino una declaración de finalidad respecto a la concepción de la empresa.

#### 2. El Buen Concepto de Nosotros Mismos.

Es el esforzarnos por ser mejores personas en todo sentido y por ser personas libres, responsables; con unidad y coherencia de vida y con aspiraciones. Este concepto nos permite desarrollarnos como personas y nos facilita la consecución de un logro fundamental: sentirnos felices, pues redundan directamente en la autoestima, que es el primer escalón para poder ayudar a los demás.

3. **Pro-actividad.** Es la capacidad de accionar y no sólo de reaccionar. Es la decisión firme de tomar las iniciativas, correr riesgos razonables y responsables, planificar y luchar por alcanzar nuestras metas e ideales, aunque sean completamente nuevos e inexplorados. La actitud de servicio

en GC nos estimula a mejorar los procedimientos, actitudes y características de las soluciones que ofrecemos. Este punto es muy importante, pues es la cuna de la innovación, factor fundamental para el desarrollo de cualquier empresa puntera.

**GC publica buenas prácticas y muestra los beneficios de ellas. Un ejemplo de estas buenas prácticas es el reciclado de tóners y embalaje, así como de papel**

#### 4. Derecho al crecimiento profesional mediante la consecución de metas (derecho a evolucionar).

Nuestra pro actividad es particularmente importante para GC y para nuestros colaboradores, pues al orientar nuestros esfuerzos a proponer metas para alcanzar nuestros objetivos, y para apoyar a los demás en este esfuerzo, sabemos que lo mejor es ejecutar nuestro trabajo sin pretextos o excusas. Dar un adecuado seguimiento a las metas personales, y profesionales a diario, redundan en beneficio de todos porque todos obtenemos resultados. Nuestro reconoci-

miento particular del dicho “el trabajo dignifica al hombre” nos conduce directamente a nuestro primer valor del respeto a la dignidad humana.

5. **Responsabilidad.** Entendemos este valor como la voluntad de asumir las consecuencias de nuestras acciones, responder por los resultados y no sólo por los esfuerzos. Nuestro negocio debe ser un negocio de confianza y de prudente apreciación del riesgo, y la confianza, se genera cuando nuestras acciones son predecibles porque siempre son éticas. Por esto se requiere observar todas las normativas vigentes con rigor y mantener la actitud de proceder siempre con justicia.

#### 6. Administración responsable de recursos (menos es más).

En GC pensamos que si queremos ser consecuentes con nuestro entorno, no debemos permitir el despilfarro, pues no vivimos en un mundo en el que la riqueza esté bien distribuida. Por tanto, cualquier colaborador de nuestro grupo debe tener clara una mentalidad de frugalidad, (nunca de tacañería), que garantice la supervivencia de las empresas en armonía con la realidad social. Por otra parte, esta mentalidad de ahorro favorece la consecución de márgenes dignos para todo el canal, y un precio justo para el consumidor.

7. **Coherencia de vida.** Para generar y transmitir esa confianza nos apoyamos en nuestra vida personal. El ámbito de nuestro mundo privado, personal y familiar es un valioso incentivo para nuestro trabajo diario. A partir de esta premisa, tenemos en cuenta que para actuar de manera inmediata y espontánea en la dirección correcta, nos comportamos como somos en todos los aspectos de nuestra vida. Por eso procuramos ser coherentes con nuestro estilo de vida profesional: somos primero autoexigentes, y segundo exigentes; pero además, damos ejemplo, lo cual impulsa esta inercia tan sana.

8. **Lealtad.** Debemos buscar alternativas a esas propuestas que no son éticas en nuestras negociaciones diarias y mantener nuestra lealtad a la

cultura de ética de nuestra empresa. La lealtad significa compromiso, y es el vínculo que hace fuerte un grupo. Por tanto, en el GC premiamos la lealtad, que comienza en la dirección de la empresa y continúa con los responsables; todos somos leales con nuestros colaboradores, y esta medida incentiva que también ocurra su viceversa. En GC premiamos la lealtad de todos nuestros colaboradores.

9. **Veracidad.** La veracidad es el reflejo de la realidad sin alteraciones. Es importante aclarar a nuestros interlocutores cuanto estamos transmitiendo; ya sean datos, opiniones en torno a hechos, situaciones, etc. Asimismo, evitamos contar los hechos a medias pues dicha transmisión de información es incompleta y puede perfectamente desvirtuar el contenido originario; por lo que se convierte en rumor, elemento que en GC no sólo no es valorado, sino repudiado por atentar contra este principio ético. La veracidad tiene réditos aún desde el punto de vista económico, cualquier persona prefiere hacer negocios con alguien que tiene una tradición avalada por el cumplimiento de su palabra, que con alguien que no siempre dice la verdad o dice la verdad a medias.

## 2. APLICACIÓN DE NUESTROS VALORES PARA LA CREACIÓN DE NUESTRO CÓDIGO DEONTOLÓGICO, E IMPLICACIONES PRÁCTICAS.

### 1. Relación con nuestros Colaboradores o clientes internos (trabajadores).

1. En GC respetamos la dignidad humana y los derechos inalienables de los trabajadores y colaboradores especificados en las leyes nacionales. Valgan para ello estos ejemplos:

a. En GC cumplimos con el marco legal establecido en nuestro país para remuneración y pago de sus prestaciones sociales, de salud, seguridad social y pensiones.

b. En GC no hacemos distinción de sexo, raza o credo, pues son las personas que más se acercan al perfil de

nuestros principios, quienes colaboran con nosotros, de hecho, la mayor parte de colaboradores son mujeres, quienes tienen los mismos derechos y consideración que sus compañeros varones.

2. En GC promovemos un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la empresa.

3. En GC promovemos en los empleados y colaboradores el respeto hacia la empresa, los clientes, proveedores y demás agentes con que se relacionan.

4. En GC promovemos el trabajo digno sustentado en los principios y derechos fundamentales del trabajo, y en los principios éticos de este código deontológico.

## El Grupo Castañeda es un conjunto de empresas profesionales del sector de la salud que contribuye a la mejora de la calidad de vida, la prevención de estados carenciales de salud y al buen uso de la medicina natural

5. En GC promovemos políticas de remuneración en base al mérito laboral, productividad e índices de desempeño; basándonos en el derecho individual a ser proactivo.

6. En GC promovemos el desarrollo integral, capacitación y bienestar de nuestros colaboradores. Creamos políticas y planes empresariales que fomenten el desarrollo del personal.

7. En GC desarrollamos planes de beneficios sociales que promuevan la estabilidad laboral. Creamos condiciones dignas de trabajo y de seguridad laboral.

8. En GC promovemos acciones y condiciones donde los empleados se sientan participes en el desarrollo de la empresa, compartimos una misión, una meta.

9. En GC divulgamos los valores de una cultura ética hacia el interior de la empresa basados en los aspectos antes mencionados como el respeto a la dignidad humana, remuneraciones justas, igualdad, honestidad.

Estos principios no limitan el derecho de nuestra empresa a pedir rigor y disciplina a sus fuerzas de trabajo, de acuerdo a las leyes laborales del país; pues redundan en el éxito que es un beneficio de todos.

### 2. Relación con Clientes.

1. En GC valoramos al cliente como el Centro de nuestra actividad y fundamento de la empresa. Por tanto, es nuestra primera responsabilidad ofrecerle el mejor servicio posible. Para ello, desarrollamos una cultura de servicio al cliente dentro de toda la estructura organizativa de la empresa para garantizar la búsqueda de la excelencia.

2. En GC tratamos a nuestros clientes dentro de un marco de transparencia y ética, promoviendo controles de calidad acordes a lo que se espera de un grupo empresarial con aspiraciones de líder (entendido como responsabilidad).

3. En GC desarrollamos ambientes de credibilidad y confianza a través de la fiabilidad de nuestro trabajo, de nuestra palabra y comportamiento.

4. En GC cumplimos las disposiciones legales y reglamentarias sobre pesos, medidas y demás elementos de control.

5. En GC adquirimos un compromiso para promover estándares de calidad que mejoramos día a día.

6. En GC procuramos una distribución equitativa de nuestros productos en particular cuando estos sean limitados.

7. En GC procuramos que en el caso de producirse discriminación, la distribución de nuestros productos y propuestas se hagan con criterios objetivos y públicos.

8. En GC promovemos el derecho del cliente a tratamientos terapéuticos eficaces y seguros, a unos precios justos.

9. En GC facilitamos la información suficiente para el correcto cumplimiento terapéutico.
10. En GC proporcionamos una información veraz y adecuada a cada cliente.
11. En GC respetamos la autonomía y dignidad del cliente.
12. En GC respetamos las diferencias culturales y personales de los clientes.
13. En GC protegemos el derecho del cliente a la confidencialidad de sus datos.
14. En GC establecemos con el cliente una comunicación personalizada que humanice y facilite el acto profesional.

### La mentalidad de ahorro favorece la consecución de márgenes dignos para todo el canal, y un precio justo para el consumidor

#### 2. Relación con Proveedores

1. En GC hacemos a proveedores y acreedores partícipes del crecimiento de la empresa construyendo relaciones y alianzas de largo plazo.
2. En GC definimos políticas y normas claras para el desarrollo de las relaciones de la empresa, con acreedores y proveedores.
3. En GC Mantenemos nuestra lealtad y ética hacia los proveedores afines a nuestro código deontológico y desarrollamos controles administrativos internos para evitar conflictos provocados por comportamientos anti-éticos.
4. En GC desarrollamos mecanismos de información y control que eviten actos ilícitos entre colaboradores o mandos intermedios, tanto del lado de los proveedores como de acreedores. El fin último del esfuerzo comercial entre GC y nuestro proveedor es conseguir para nuestro cliente un precio justo, que permita al consumidor una compra continuada, por tanto, tenemos que evitar mermas de margen que se queden en el camino.

5. En GC promovemos la relación ganar-ganar que permite la expansión de nuestra misión al mismo tiempo que favorecemos el crecimiento de nuestros proveedores (gestionamos alianzas de desarrollo mutuo), al objeto de ofrecer a nuestros clientes un precio justo, factor que posibilita la competitividad del producto natural en un entorno que necesita un precio de acceso, pues si bien cada día crece el número de personas que quiere cuidarse, aún estamos muy lejos de los niveles de consumos europeos.
6. En GC promovemos la búsqueda de condiciones dignas para el consumidor por lo que, debido a que somos un eslabón en la cadena comercial, no favorecemos el abuso de algunos proveedores, que atentan contra la supervivencia del sector, al ajustar en exceso los márgenes en el inicio, lo cual provoca unos precios excesivos en cada nuevo escalón, que termina en que el consumidor se encuentra con un precio fuera de toda lógica. Cuando un proveedor establece unas condiciones económicas leoninas, en el GC damos servicio al cliente, pero le recalculamos su precio de venta al público para que pueda mantener su nivel de margen; a pesar de que esa operación deteriore la imagen del sector.
7. En GC fomentamos relaciones de intercambio comercial con empresas que interactúan dentro de un marco de ética con el fin de obtener sostenibilidad. Para ello, pedimos a estas empresas los siguientes puntos:
  1. Cumplir cabalmente con las obligaciones legales y contractuales (respeto a exclusividad de zona, autorización sanitaria de su instalación y de sus productos, con fecha de caducidad apropiada, entregas a tiempo, ágil proceso de devoluciones de compra si la responsabilidad es del proveedor...).
  2. Promover estándares de calidad. Envases apropiados y atractivos al consumidor, código de barras individual por producto y tipo...
  3. Crear mecanismos hábiles de mediación y arbitraje entre los proveedores y nuestras empresas para la solu-

ción de las controversias y evitar los costosos procesos legales.

#### 3. Relación con nuestros Competidores.

1. En GC pensamos que la competencia es sana porque estimula el cambio y la mejora, por tanto somos respetuosos con las empresas que comparten nuestra misión y valores éticos.
2. En GC aplicamos las leyes de la competencia que rigen en el país
3. En GC cumplimos las disposiciones que regulan la propiedad intelectual y velamos por su vigilancia.
4. En GC desarrollamos soluciones alternativas de conflicto para resolver disputas entre nuestra empresa y nuestros competidores.
5. En GC cooperamos con nuestros competidores y con otros profesionales del canal salud, actuando con honestidad e integridad en nuestras relaciones profesionales.
6. En GC mantenemos actualizada nuestra competencia profesional. Nuestro personal recibe formación continuada para estar siempre en disposición de ofrecer lo mejor de nosotros mismos a nuestros clientes.
7. En GC evitamos prácticas, comportamientos o condiciones de trabajo que puedan perjudicar nuestra independencia, objetividad o juicio profesional.
8. En GC respetamos la competencia de nuestros competidores y de otros profesionales del sector salud, aún cuando sus creencias y valores sean diferentes de las propias.
9. En GC evitamos la competencia desleal y el desprestigio de la profesión.
10. En GC cooperamos con nuestros competidores y otros profesionales de la salud para el beneficio del cliente y la sociedad.
11. En GC actuamos con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales con los competidores.
12. En GC apoyamos la formación de una comunidad empresarial con valores éticos, consciente de su responsabilidad en la búsqueda de la justicia social.

#### 4. Relación con la Sociedad

1. En GC reconocemos que las empresas tienen su relación con la comunidad, que envuelven la veracidad, la honestidad, y el control de calidad.
2. En GC fortalecemos los procedimientos organizativos de cada empresa, para que permitan como primer paso la aplicación de un código de ética.
3. En GC nos abstenemos de la realización de actos ilegales en detrimento de terceros.
4. En GC la responsabilidad y libertad personal nos faculta para ejercer nuestro derecho a la objeción de conciencia, en el caso de que cualquiera de nuestros servicios fuese recomendado por terceros para fines no saludables.
5. En GC asumimos responsabilidades que promuevan el mejor estado de salud de la población.
6. En GC respetamos las disposiciones legales y regulaciones normativas y cooperamos a su modificación cuando, según nuestra opinión técnica, se contribuya a un mayor beneficio de los consumidores...
7. En GC nos aseguramos que ningún cliente quede privado de nuestros servicios a causa de sus convicciones personales o creencias religiosas.

#### 5. Comunicación e Información al Público (Publicidad)

1. En GC la información presentada al público en general es clara, precisa y honesta, y promueve la publicidad que lleve congruencia entre los productos y/o servicios que se ofrecen.
2. En GC no utilizamos la publicidad para hacer competencia desleal y desprestigiar a otros sin base, para descalificar a competidores.
3. En GC espetamos y promovemos el derecho del consumidor a ser informado correctamente de los productos y sus contenidos.
4. En GC la Publicidad está apegada al marco jurídico que contemple la ley de defensa al consumidor y que sea detallada con veracidad, y que pueda ser verificable.
5. En GC promovemos que un producto debe detallar sus ingredientes



básicos, la calidad nutricional de los alimentos, fecha de consumo preferente, sus verdaderos beneficios, y los daños (si los pudiese haber) que puede causar a la salud.

### **El GC espeta y promueve el derecho del consumidor a ser informado correctamente de los productos y sus contenidos**

#### 6. Conflictos de Interés

1. En GC no permitimos que un colaborador beneficie empresas relacionadas a él o familiares; una muestra de esta directriz, es el procedimiento de autoconsumo desarrollado y puesto en marcha para todos nuestros colaboradores.
2. En GC no permitimos utilizar un cargo en empresas con fines de lucro personal o de terceros, o tráfico de influencia.
3. En GC no permitimos los regalos, comisiones y honorarios costeados por empresas terceras para beneficio propio de ningún colaborador de la casa.

4. En GC no permitimos la existencia del nepotismo, pues podría afectar a la legitimidad del orden jerárquico

#### 7. Temas Ambientales

1. En GC utilizamos dentro de nuestras posibilidades técnicas y de mercado, tecnologías limpias que garantizan la conservación del ecosistema, y nos abstenemos de utilizar indebidamente productos, procesos y tecnologías que de manera comprobada lesionen el medio ambiente.
2. En GC desarrollamos alianzas con empresas que actúen responsablemente frente al medioambiente.
3. En GC consideramos dentro de la elaboración del código de la empresa la defensa del medioambiente
4. En GC promovemos una atmósfera de responsabilidad medioambiental dentro de la misma empresa.
5. En GC publicamos buenas prácticas y mostramos los beneficios de ellas. Un ejemplo de estas buenas prácticas es el reciclado de tóners y embalaje, así como de papel.

#### 8. Prácticas Financieras

1. En GC promovemos la transparencia en las transacciones del gerente financiero y el gestor público, manteniendo el compromiso de los directivos de la empresa.



2. En GC fijamos normas de la contabilidad aplicables para todos dentro de la empresa (controles, informaciones, etc.);
3. En GC mantenemos asesorías externas de una manera periódica, y nos aseguramos de tener siempre al día los documentos financieros de la empresa.
4. En GC creamos un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidad independiente del puesto.
5. En GC promovemos la formalización de la micro, pequeña, y mediana empresa con las que hacemos negocios, y les ayudamos a resolver dudas, si así lo solicitan.
6. En GC informamos con veracidad sobre la situación económica y financiera de la empresa.

#### 9. Gobierno / Estado

1. En GC colaboramos con el cumplimiento de los fines de la Administración, a través de la estricta observación de las obligaciones en materia laboral, **tributaria**, administrativa, comercial y contractual. Pensamos que las empresas que manejan bien todas estas relaciones con la Administración son empresas bien gestionadas y con futuro.

2. En GC insertamos todas las actividades empresariales dentro del marco jurídico formal
3. En GC gestionamos información veraz y oportuna gracias a nuestro sistema de calificación y clasificación de proveedores, clientes y colaboradores.
4. En GC nos abstenemos de regalías que puedan influenciar o comprometer una relación con la Administración.
5. En GC nos abstenemos de participar en situaciones que impliquen reales o potenciales conflictos de intereses o actos ilícitos.
6. En GC prohibimos situaciones de cohecho o prevaricación, igual que la extorsión o cualquier presencia de estas.

#### 10. Confidencialidad y Lealtad

1. En GC determinamos los niveles de confidencialidad acorde a la actividad de la empresa, y los comunicamos a nuestros colaboradores para su cumplimiento. También prevenimos responsabilidades ulteriores.
2. En GC evitamos acciones como el espionaje industrial y comercial, sobornos, acceso ilícito a lugares, robo e intervención de líneas telefónicas.
3. En GC protegemos la información

personal de nuestros colaboradores, clientes y competidores.

4. En GC promovemos planes de incentivos laborales, sociales y económicos para fomentar la lealtad de los empleados hacia la empresa.

5. En GC promovemos la lealtad en las transacciones diarias con nuestros colaboradores, clientes y proveedores.

#### 11. Gobierno Corporativo (Juntas Directivas)

1. En GC promovemos requisitos éticos y morales dentro de la junta directiva, para tener éxito en sus funciones.
2. En GC somos responsables en la toma de decisiones contables de la empresa (accountability).
3. En GC promovemos evitar los conflictos de interés entre los miembros de las Juntas Directivas y que estas estén entrelazadas en compañías de grupos relacionados.
4. En GC las Juntas Directivas deben preocuparse por crear un comportamiento ético en las empresas.
5. En GC los gobiernos corporativos deben cumplir las leyes y promover la promulgación de leyes anticorrupción y que se apliquen sin excepción incluyendo las sanciones apropiadas.
6. En GC respetamos las relaciones con otras empresas con las que se tengan vínculos de negocios, siempre respetando contratos de negociación.
7. En GC, la misión y visión de las empresas deben de tener consideraciones éticas con respecto a la responsabilidad social de la empresa.
8. En GC abrimos las Juntas Directivas a ser más representativas de la sociedad.

Esperamos que el presente código ayude a las personas que comparten nuestra misión, a orientar su estrategia para que entre todos consigamos un mundo mejor.

Susana, Miguel Ángel y Javier Castañeda. Socios fundadores del Grupo Castañeda (GC).