



B C M A ESPAÑA

CÓDIGO ÉTICO

→ OBJETIVOS

→ PRINCIPIOS

→ RESPONSABILIDAD



Objetivos

01.

DIVULGACIÓN

Difusión del uso del Branded Content como herramienta complementaria a la publicidad en la comunicación.

03.

METODOLOGÍA

Trabajar en la estandarización de metodologías de trabajo para profesionalizar la creación, producción, distribución y monitorización del Branded Content.

02.

DESARROLLO

Trabajar colaborativamente en el desarrollo del mercado del Branded Content en España, en el ámbito de la investigación, marco legal y formación.

04.

COLABORACIÓN

Compartir conocimientos y establecer conexiones con los principales expertos nacionales e internacionales en este ámbito.



Principios

01.

Cumplimiento de la ley y los reglamentos

Es el mínimo que se espera de los empleados y socios de la asociación, independientemente de su área de especialización (comercial, social, financiera, etc.), del ámbito de aplicación las leyes y reglamentos (internacional, nacional o local) o el territorio dónde trabajen.

02.

Honestidad e integridad

Las prácticas comerciales, el comportamiento y las relaciones deben guiarse por normas legales y éticas. Todas las formas de corrupción ya sean activas o pasivas, están estrictamente prohibidas, así como los pagos secretos, ya sean directos o indirectos, y donaciones de un valor que exceda las prácticas comúnmente establecidas.

03.

Cumplimiento normas éticas vigentes en el ámbito de la comunicación

Más allá de las leyes y reglamentos relativos a las comunicaciones, se debe tener conocimientos actualizados y cumplir con las enmiendas a las normas éticas y las prácticas realizadas por las autoridades reguladoras a nivel local, nacional, internacional, así como supranacional.



04.

Respeto por los demás

Las relaciones tanto con compañeros, socios, así como con los representantes de las partes interesadas deben, en todo momento, basarse en el respeto, la dignidad y los derechos de las personas.

05.

Defensa de los intereses de la asociación en la utilización de la tecnología patentada, activos, recursos o información y en el caso de conflicto de intereses

Los empleados y socios son responsables de preservar los activos fijos o de los recursos que se les confíen y limitarán estrictamente el uso de los anteriores para el desempeño de sus funciones. Además, la información confidencial sobre las actividades de la asociación no podrá ser utilizada ni divulgada sin autorización previa de la junta.

Los asociados deben evitar todas las situaciones y actividades susceptibles de originar un conflicto de intereses con la asociación. Existe "Conflicto de interés" cuando los intereses privados de un individuo, puede potencialmente interferir de una forma u otra en los intereses de la asociación.

06.

Transparencia en la información facilitada

Los empleados y asociados deben ser ejemplares en términos de precisión y pertinencia de la información proporcionada a las partes interesadas.



07.

Protección del medioambiente

Nuestras prácticas internas tienen como base la protección del medio ambiente y la intención de reducir el impacto ambiental.

R e s p o n s a b i l i d a d

01.

Regulación

Todos los asociados deben cumplir con las leyes, reglamentos y normas vigentes de las ciudades, estados y países en los que trabajen. El cumplimiento de la carta y de la ley es un prerequisite indispensable en nuestra política ética.

Tanto la BCMA como sus asociados deben comportarse de manera correcta con las autoridades, así como acatar las normas que se encuentren vigentes que puedan influir en los representantes del gobierno.

Además de las leyes y reglamentos, BCMA y los asociados debe cumplir con todas las normas locales o supranacionales de la ética en vigor en el sector de que resulte de aplicación.

02.

Empleados

Los empleados – todas aquellas personas que trabajan en nombre de BCMA- como su principal activo, deben recibir la información necesaria para permitirles identificar y



comprender claramente el marco de trabajo de la misión que se les ha encomendado, así como su grado de responsabilidad dentro de este.

Además de los principios de cumplimiento de los derechos humanos, se ha de tener en cuenta el estricto cumplimiento de las normas sociales aplicables a nivel local. BCMA tiene el deber de proporcionar a sus empleados condiciones de trabajo decentes y motivadoras. De la misma manera, los empleados deben asegurarse de que su comportamiento no sea perjudicial al entorno de trabajo, para lo cual se opone activamente a todas las formas de acoso e intimidación.

En lo que respecta a las condiciones de vida de sus empleados, la empresa se esfuerza por proporcionarles, tanto a ellos como a sus familias, una buena calidad. Fomenta el diálogo social y el ejercicio de los derechos sindicales y promueve la empleabilidad y el desarrollo de la carrera individual a través de la formación y la carrera formalizada incluyendo políticas de gestión abiertas a todos ellos.

Se concede especial importancia al principio de igualdad de oportunidades y equidad en términos de compensación, oponiéndose activamente a todas las formas de discriminación y comprometiéndose con la promoción de la diversidad.

03.

Socios

BCMA debe a sus socios profesionalidad, relevancia e imparcialidad en sus servicios. Las relaciones con los socios se basarán en la integridad, la lealtad y la confianza mutua. De esta manera que los sobornos, comisiones secretas y todas las demás formas de corrupción y pagos ilegales están estrictamente prohibidos.

La Asociación debe ser irreprochable en lo que respecta a la confidencialidad de la información confiada por parte de los socios. Existe un deber de información a los socios de la existencia de cualquier riesgo legal o reputacional que surja en relación con las comunicaciones realizadas en su nombre.



04.

Proveedores

La decisión de seleccionar un proveedor determinado debe basarse en criterios que incluyan no solo la calidad y el coste, sino también los términos referentes a los ámbitos ambiental, social y humano, dirigidos a una competencia transparente y justa entre los posibles licitadores.

En todas las relaciones con los proveedores, se debe cumplir con lo establecido en las leyes y reglamentos, en particular con respecto a la corrupción. Absteniéndose de aceptar regalos valiosos de los proveedores (ya sea en forma de dinero, descuento comercial, invitaciones o trato preferencial como favor personal).

BCMA exige que sus proveedores compartan sus principios éticos, en particular en relación con el medio ambiente, la seguridad social, los derechos humanos, la lucha contra el trabajo forzoso y el trabajo infantil.

05.

Competidores

Se concede especial importancia a la libre competencia. En este sentido BCMA debe actuar de una manera comercialmente justa y respetar estrictamente las leyes de competencia, las normas de defensa de la competencia y las leyes antimonopolio de todos los países, estados, territorios y lugares en los que está establecido el grupo.

Es de gran importancia para la BCMA ayudar al sector y trabajar en colaboración con sus competidores, especialmente en el seno de las asociaciones.

