

POLÍTICA GENERAL DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

El equipo directivo de **INSTITUTO EUROPEO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING**, tiene la responsabilidad de formular la estrategia y las líneas de política general del Grupo, elaborar programas y señalar objetivos para la realización de todas las actividades incluidas en el objeto social de la empresa y, en particular, le corresponde aprobar, entre otras, las Políticas de Responsabilidad Social.

La contribución de la empresa **INSTITUTO EUROPEO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING**, al desarrollo responsable y sostenible se materializa mediante unos principios y unas prácticas de responsabilidad social que atienden las necesidades y las expectativas de sus grupos de interés.

Fiel al objetivo empresarial de generar riqueza y bienestar para la comunidad, el Grupo adopta una ética empresarial responsable cuya formulación se recoge en los ocho principios siguientes, que serán de aplicación a todas las empresas del Grupo:

- 1.** Cumplir la legalidad vigente.
- 2.** Adoptar prácticas avanzadas de gobierno en línea con las recomendaciones de buen gobierno de reconocimiento general en el sector de la enseñanza, basado en la transparencia y la confianza mutua con accionistas.
- 3.** Desarrollar un marco favorable de relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto a la diversidad promoviendo un entorno seguro y saludable y facilitando la comunicación con el personal interno.
- 4.** Desarrollar prácticas responsables en la cadena de valor, estableciendo procesos transparentes, objetivos e imparciales con los proveedores y facilitando a los clientes toda la información relevante sobre el servicio.
- 5.** Potenciar una cultura de respeto al entorno natural, reduciendo el impacto ambiental de las actividades, y fomentando la información y formación en esta cultura.
- 6.** Promover actuaciones socialmente responsables e impulsarlas en las empresas proveedoras a través de los procesos de selección y contratación.
- 7.** Impulsar las vías de comunicación y diálogo con los diferentes colectivos relacionados con la actividad de la organización, para alcanzar una sintonía entre los valores empresariales y las expectativas sociales.
- 8.** Difundir información relevante y veraz sobre las actividades realizadas, someténdola a procesos que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua. Velar por la mejora de los indicadores de crecimiento, rentabilidad, liderazgo, responsabilidad social, ambientales y costes, para asegurar el éxito continuo del **INSTITUTO EUROPEO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING**.